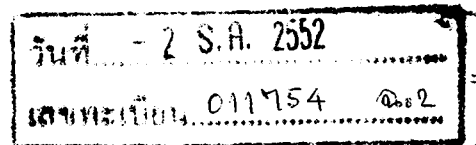




แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี  
กรณีศึกษา : อาหารไทยรามัญ

โดย

นายกิตติภพ นามพุทธา



ภาพ

๑15.๑304

M ๖74๗

สง.ภร.๕๕๓๗.

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

พ.ศ. 2552

**The Guidelines for Supporting and Development of Tourism  
In Amphoe Sam Kok, Pathum Thani Province  
: A Case Study of Thai-Raman Foods**

**By**

**Mr.kittipob Nambuddha**

**A Study Report Submitted in Partial Fulfillment of the  
Requirements for the Master Degree of Communication Arts  
Department of Tourism and Entertainment Communication**

**Faculty of Communication Arts**

**KIRK UNIVERSITY**

**2009**

มหาวิทยาลัยเกริก  
คณะนิเทศศาสตร์  
สารนิพนธ์  
ของ  
นายกิตติภพ นามพุทธา

เรื่อง

แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอสาม โลก

จังหวัดปทุมธานี กรณีศึกษา : อาหารไทยรามัญ

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดตามหลักสูตร

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

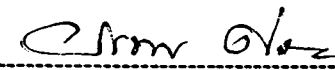
สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง

เมื่อวันที่ 30 เดือน มกราคม พ.ศ. 2559

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

  
-----  
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

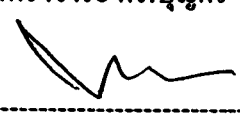
การสารนิพนธ์

  
-----  
(รองศาสตราจารย์อรทัย ศรีสันติสุข)

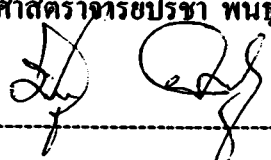
การสารนิพนธ์

  
-----  
(รองศาสตราจารย์ ดร.บุญศรี พรหมมาพันธุ์)

การสารนิพนธ์

  
-----  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น)

การสารนิพนธ์

  
-----  
(อาจารย์บุษิกา อาระยะสรษฐากร)

สาขาวิชา

  
-----  
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

คณะนิเทศศาสตร์

  
-----  
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

หัวข้อสารนิพนธ์	แนวทางการส่งเสริมและพัฒนากองท่องเที่ยวอำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี กรณีศึกษา : อาหารไทยรามัญ
ชื่อผู้เขียน	นายกิตติภพ นามพุทธา
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัยเกริก	สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง/ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ
ปีการศึกษา	2551

### บทคัดย่อ

การศึกษาสารนิพนธ์เรื่อง “แนวทางการส่งเสริมและพัฒนากองท่องเที่ยวอำเภอสาม โลก จังหวัด ปทุมธานี กรณีศึกษา : อาหารไทยรามัญ” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา เพื่อศึกษาการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว รูปแบบ การส่งเสริมและอนุรักษ์อาหาร ไทยรามัญ การประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อต่างๆ ในด้านการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะ และปัจจัยที่สำคัญ ต่อการพัฒนาศักยภาพที่สามารถเอื้ออำนวยต่อการพัฒนากองท่องเที่ยว ในอำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี ผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาประกอบด้วยผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจำนวน 3 คน ผู้บริหาร/เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล/ ผู้นำชุมชนจำนวน 15 คน ผู้ประกอบ การภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง จำนวน 10 คน ประชาชนในพื้นที่ จำนวน 90 คน และนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 10 คน รวม 128 คน

เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการ วิเคราะห์เนื้อหา ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณใช้ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าถ่วงน้ำหนัก

ผลการศึกษาพบว่า

1. การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวของอำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี

การบริหารจัดการทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ส่วนใหญ่อยู่ในความรับผิดชอบของแต่ละพื้นที่ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และองค์กรเอกชน ซึ่งจะเป็นผู้กำหนดนโยบายแนวทาง ในการพัฒนาและจัดกิจกรรมในพื้นที่ของตนเอง โดยมีส่วนราชการที่เกี่ยวข้องเป็นผู้ให้คำแนะนำ

ปรึกษา ด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาดด้านการท่องเที่ยวอยู่ในความรับผิดชอบของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำหรับในระดับจังหวัดจะดำเนินการร่วมกันระหว่างศูนย์ การท่องเที่ยว นันทนาการ และกีฬา สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด องค์การบริหารส่วนจังหวัด และองค์การบริหารปกครองส่วนท้องถิ่น ในขณะที่เดียวกันมีการประสานงานร่วมกันกับกลุ่มจังหวัดท่องเที่ยวภาคกลาง

การมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ พบว่า มี ส่วนร่วมในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาในรายกลุ่ม พบว่าประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวต่างๆ ครั้ง ในขณะที่กลุ่ม ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาในรายกิจกรรมของการ มีส่วนร่วมพบว่าการกำหนดปัญหา/วิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ การวางแผนและ กำหนดกิจกรรม การสนับสนุนงบประมาณและแรงงาน การติดตามประเมินผล มีส่วนร่วมในระดับน้อย ส่วนการมีส่วนร่วมดำเนินการ ร่วมบำรุงรักษา ปรับปรุงแก้ไขปัญหาด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ และการ ร่วมรับประโยชน์/จัดการผลประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ มีส่วนร่วมในระดับปานกลาง

## 2. รูปแบบการส่งเสริมและอนุรักษ์อาหารไทยสามโลก อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

อาหารไทยสามโลกเป็นอาหารพื้นบ้านและมีเอกลักษณ์เป็นของตนเองซึ่งเกิดจาก ภูมิปัญญาชาวบ้านท้องถิ่นในด้าน รูปลักษณ์ รสชาติ และการบริการอาหารไทยสามโลกเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่ยอมรับของท้องถิ่น ได้แก่ ข้าวแช่ (เป็งค้ำจก) ขนมนจีน (ชนะอม) แกงลูกสั้น (พะห่อลือต) แกงมะคาด (พะห่อปรีาว) แกงซี่เหล็ก (พะห่อปะกัต) แกงส้มดอกจิว (พะห่อเกรจก)แกงส้มดอกสั้นตะวา (พะห่อฮังรอม) เป็นต้น

จากการศึกษาพบว่าอาหารไทยสามโลกกลับไม่เป็นที่นิยมของชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว สาเหตุมาจาก

- นิยมรับประทานกันตามเทศกาลสำคัญๆ และรับประทาน ตามฤดูกาล
- จะมีจำหน่ายตามตลาดนัด หรือจำหน่ายในตลาดสดจังหวัด ปทุมธานี
- ไม่มีจำหน่ายในพื้นที่
- อาหารไทยสามโลกเป็นอาหารพื้นบ้าน จึงทำให้ไม่มีลูกค้ามาซื้อ
- การจัดทำต้องใช้วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องใช้และมีพิธีการมาก ทำให้มีค่าใช้จ่ายเพิ่มสูงขึ้น
- ชาวอมญสาม โลกรุ่นหลังให้ความสำคัญน้อยมาก ทำให้อาหารไทยสามโลกไม่แพร่หลาย และไม่มีเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว
- ขาดการส่งเสริมและปลูกฝังให้เยาวชนรุ่นใหม่รับประทานอาหาร ไทยสามโลก
- ไม่มีแหล่งจำหน่ายอาหารไทยสามโลกในแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอสาม โลก

- ไม่รณรงค์ให้ครัวเรือนหันมาปลูกผักสวนครัวที่เป็นวัตถุดิบใช้สำหรับปรุงอาหารไทยรมัญ

3. การประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อต่างๆ ในด้านการท่องเที่ยวอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

จากการศึกษาพบว่า การประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อต่าง ๆ ในด้านการท่องเที่ยวของอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี จะใช้สื่อทางอิเล็กทรอนิกส์หรืออินเทอร์เน็ตมากกว่าสื่อชนิดอื่นๆ เพราะสื่ออินเทอร์เน็ตกำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เป็นเพราะสื่อดังกล่าวสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลาย และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้อย่างไร้ขีดจำกัดและไร้พรมแดน ประกอบกับข้อมูลที่ได้รับนั้นยังมีภาพและรายละเอียดของข้อมูลประกอบ ให้ผู้สนใจได้เห็นภาพสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวที่จริง เป็นการเพิ่มมิติของการรับรู้ที่มากขึ้น ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ที่อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานีมากขึ้น

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานิตยสารครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ รองศาสตราจารย์ ดร. บุญศรี พรหมมาพันธุ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น อาจารย์มุกิตา อารยะเศรษฐากร และอาจารย์รศิกา อังกูร ที่ได้กรุณาตรวจแก้ไขข้อบกพร่องและให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงสารนิตยสารนี้ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์คณะนิเทศศาสตร์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชา ความรู้ และจริยธรรมอันควรให้แก่ผู้ศึกษา

ขอขอบพระคุณผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ภาครัฐกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สมาคมการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดปทุมธานี ประชาสัมพันธ์จังหวัดปทุมธานี ผู้นำชุมชน/ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลสามโคก ตำบลคลองควาย ตำบลเชียงรากน้อย และผู้ประกอบการ/นักท่องเที่ยวที่ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ยิ่ง อันเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้สารนิตยสารนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

คุณประโยชน์อันเกิดจากการศึกษานิตยสารครั้งนี้ ขอมอบให้บิดา มารดา ครู อาจารย์ และสมาชิกทุกคนในครอบครัว ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่านที่คอยให้ความช่วยเหลือ กำลังใจ และสนับสนุน การทำนิตยสารครั้งนี้ด้วยดีตลอดมา

นายกิตติภพ นามพุทธา

มหาวิทยาลัยเกริก

พ.ศ.2551

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(4)
สารบัญตาราง	(7)
สารบัญแผนที่	(8)
สารบัญภาพประกอบ	(9)
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหานำวิจัย	4
1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย	4
1.4 สมมุติฐานการวิจัย	4
1.5 ขอบเขตของการวิจัย	5
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	5
1.7 คำนิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	6
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>7</b>
2.1 ความเป็นมาและความหมายของการท่องเที่ยว	7
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว	10
2.3 แนวคิดพัฒนากิจกรรมและการส่งเสริมการท่องเที่ยว	13
2.4 กลยุทธ์การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว	17
2.5 แผนแม่บทอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติ	22
2.6 ยุทธศาสตร์การพัฒนาในแผนเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10	31
2.7 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน	32
2.8 การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี	34
2.9 การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว	37
2.10 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี	38



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.11 การจัดการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี	39
2.12 ทฤษฎีการสื่อสาร	41
2.13 การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี	46
2.14 อาหารไทยรามัญ	48
2.15 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	54
2.16 กรอบแนวความคิด	60
<b>บทที่ 3 วิธีวิจัย</b>	<b>61</b>
3.1 แหล่งข้อมูล	61
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	63
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	66
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	67
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	<b>71</b>
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	71
- กลุ่มผู้บริหารภาคเอกชนและเจ้าหน้าที่ภาครัฐของกระทรวง การท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	72
- นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว	72
- แผนเชิงรุก/แผนปฏิบัติการเชิงพื้นที่	72
- การพัฒนาการท่องเที่ยวกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัด	72
- ความสำเร็จ/ความล้มเหลว/ปัญหา/อุปสรรค	73
- หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว	73
- รูปแบบการจัดการบริหารด้านการท่องเที่ยว	74
- กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว	74
- อาหารไทยรามัญที่สำคัญของอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี	74
- การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว	75

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
- การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี	76
- การตลาดและการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว	76
- แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี	77
- กลุ่มผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์กรส่วนตำบล/ผู้นำชุมชน/	77
- กลุ่มผู้ประกอบการ	85
- กลุ่มประชาชนทั่วไป	97
- กลุ่มนักท่องเที่ยว	106
<b>บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	<b>114</b>
<b>5.1 ผลการวิจัยและอภิปรายผล</b>	<b>114</b>
- การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวของอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี	114
- ด้านกายภาพแหล่งท่องเที่ยว	114
- ด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด	114
- ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยว	115
- ด้านการคมนาคมและสาธารณูปโภค	115
- ด้านสังคมและวัฒนธรรม	115
- ด้านการบริหาร	115
- ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติฯ	115
- ด้านการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว	115
- ด้านงบประมาณ	116
- ด้านการมีส่วนร่วม	116
- ปัญหาด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว	116
- ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด	116
- ปัญหาด้านการบริการ	116
- ปัญหาด้านงบประมาณ	117

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
- ปัญหาด้านการมีส่วนร่วม	117
- ปัญหาด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้อง	117
- คุณลักษณะหรือปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยว	117
- ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี	118
- ข้อจำกัดในการพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี	118
- แนวทางในการพัฒนาศักยภาพและข้อจำกัด	119
- แนวทางการบูรณาการการท่องเที่ยวในอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี	119
- การส่งเสริมและการอนุรักษ์อาหารไทยรามัญ อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี	120
- การประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อต่างๆ ในด้านการท่องเที่ยว อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี	121
5.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัย	121
- เจริญนโยบาย	121
- เจริญปฏิบัติ	122
- ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	122
ภาคผนวก ก	124
แผนที่จังหวัดปทุมธานี	
ภาคผนวก ข	127
ภาพประกอบ	
ภาคผนวก ค	135
แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม	
บรรณานุกรม	161
ประวัติผู้วิจัย	163

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวนและรายละเอียดข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ องค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชน	77
4.2 จำนวนและรายละเอียดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น และการบริหารจัดการ	79
4.3 ค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม กลุ่มผู้นำชุมชน/ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล	80
4.4 จำนวนและรายละเอียดข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ประกอบการ	85
4.5 จำนวนและรายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจอาหาร	87
4.6 กลยุทธ์ทางการตลาด	88
4.7 กลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ดึงดูดค่าเข้ามารับบริการในร้านอาหาร	89
4.8 สร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าด้วยวิธีใด	90
4.9 ปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการ	91
4.10 จำนวนและรายละเอียดข้อมูลทั่วไปของประชาชนทั่วไป	97
4.11 จำนวนและรายละเอียดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	99
4.12 ค่าดวงนำหนักกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นที่เป็นที่นิยม	100
4.13 ค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของประชาชน	101
4.14 จำนวนและรายละเอียดข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยว	106
4.15 ค่าดวงนำหนักกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นที่เป็นที่นิยม	108
4.16 ค่าดวงนำหนักกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นที่เป็นที่นิยม	108
4.17 จำนวนและรายละเอียดความสนใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวต่อไป ยังสถานที่ใกล้เคียง	109
4.18 จำนวนและรายละเอียดเหตุผลในการเลือกตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่อไป	109
4.19 ค่าเฉลี่ยคุณลักษณะหรือปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยว	110

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยว ความหมาย โดยกว้างขององค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) คือ “การท่องเที่ยว ประกอบไปด้วยกิจกรรมของมนุษย์ที่มีการเดินทางและพักอาศัยจากแหล่งที่อยู่ปกติของบุคคลนั้นๆ โดยไม่เกินกว่า 1 ปี และเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ”

แหล่งท่องเที่ยว (Destinations) ประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบ คือ สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ศักยภาพการเข้าถึง (Accessibility) สิ่งดึงดูดใจที่เป็นที่รู้จักโดยกว้างมี 3 ประเภท คือ

1. ที่เป็นธรรมชาติ
2. ที่มนุษย์สร้างขึ้น (Natural or Man-Made)
3. ที่อยู่ร่วมกันหรือกระจาย

แหล่งท่องเที่ยวแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล Beach Resort : ประกอบไปด้วย Sun, Sea and Sand
2. แหล่งท่องเที่ยวตามเมืองต่าง ๆ (Town or City)
3. แหล่งท่องเที่ยวตามชนบท ประกอบไปด้วย The Countryside: Mountains & Lakes

ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม และวัฒนธรรมประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่นและสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ ทรัพยากรท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะทั่วไป คือ

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ สภาพภูมิอากาศ รวมทั้งอากาศและทรัพยากรธรรมชาติ เช่น น้ำตก ภูเขา ทะเล ป่าไม้ ฯลฯ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น คือ เป็นสิ่งที่มนุษย์ไม่ต้องสูญเสียต้นทุนในการผลิต แต่ทรัพยากรทั้งสองลักษณะต่างก็ต้องมีต้นทุนในการดูแลรักษาเหมือนกัน คุณภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติจึงต้องได้รับการดูแลรักษาในรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การวางแผนการท่องเที่ยว รวมทั้งการวางมาตรฐานการดูแลรักษาทรัพยากรดังกล่าวจึงเป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมซึ่งเปราะบางได้

ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดความต้องการพื้นฐานของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ในอีกส่วนหนึ่ง “อากาศ” ซึ่งเป็นทรัพยากรที่มองไม่เห็น ต้องอาศัยการสัมผัสทางกาย ก็ยังเป็นทรัพยากรธรรมชาติอีกรูปแบบหนึ่งที่เป็นตัวดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน

2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและสังคม และทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านบันเทิงและ เพลิดเพลิน

3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ ประวัติศาสตร์ คือ วัฒนธรรม วิถีชีวิต หรือ เหตุการณ์ที่สืบสานกันมาตั้งแต่อดีต โดยส่วนใหญ่การนำเสนอประวัติศาสตร์ในรูปของทรัพยากร การท่องเที่ยวจะอยู่ในรูปของโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ซึ่งมี ส่วนเกี่ยวข้องกับสิ่งเหล่านี้ คือ

- 3.1 สงคราม เช่น สะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี
- 3.2 ศาสนา เช่น นครวัด นครธม ในประเทศกัมพูชา
- 3.3 ผู้คนที่อาศัยในท้องถิ่น เช่น อนุสาวรีย์ท้าวสุรนารี จังหวัดนครราชสีมา
- 3.4 ขนชั้นการปกครอง เช่น พระราชวังบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

อาหารกับการท่องเที่ยว จะเป็นสิ่งที่อยู่คู่กันเสมอ แสบแยก ไม่ออกเพราะช่วงเวลาแห่งความสุข นั้นก็คือ การ ได้ออกเดินทางท่องเที่ยว ไปยังสถานที่ที่เราชอบ เพื่อชื่นชมกับบรรยากาศ ความสวยงาม ที่น่าประทับใจ และที่ขาดไปไม่ได้ นั่นก็คือการ ได้ลองชิมอาหารของท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งแตกต่างกันออกไป และอาหารเองก็ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม วิถีชีวิตของผู้คนบางครั้ง ก็จะสะท้อนออกมาให้เห็น ในรูปแบบของอาหารการกิน

อาหารไทยสามัญเมืองสาม โลกเป็นอีกแหล่งหนึ่งที่มีอาหาร ได้ชื่อว่ามีรสชาติและความ จำเพาะจนถือได้ว่าเป็นเอกลักษณ์ เพราะมีความพิถีพิถันในการปรุงแต่งและประดิษฐ์ ประคอง ในทุก ขั้นตอน ล้วนบ่งบอกถึงรากเหง้าความยิ่งใหญ่ และให้ความสำคัญกับอาหารการกินเป็นอย่างนัก ดังภาพย์ เหนือรื้อชมกับข้าวคาวหวานพระราชทานในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวพระพุทธรูปเสด็จลี้ลาญ รัชกาลที่ 2 เกี่ยวกับยำใหญ่ที่ปรุง โดยยอดฝีมือชาวอมูในวังหลวง

“แกงไก่มันเนื้อ นพคุณ ที่เอย	หอมยี่ห่วยรสจุน เฝิบร้อน
ชายโคบริ โภคภุช พิศวาส หวังนา	แรงอยากยอหัดลั่นออก ให้หวานแสวง ฯ
มันมันแกงแก้วดา หอมยี่ห่วยรสร้อนแรง	ชายใด ได้กลิ่นแกง แรงอยาก ให้ไฝฝืนหา
ยำใหญ่ใส่สารพัด วางจานจัดหลายเหลือตรา	รสดีด้วยน้ำปลา ฉู่ปนล้ำยั่ววนใจ
ดับเหล็กลวกหล่อนคัม เจือน้ำส้มโรยพริกไทย	โอชาจะหาไหน ไม่มีเทียบเปรียบมีอนาง
หมูเนมแหลมเลิครสพร้อมพริกสโตบทองกลาง	พิศห่อเห็นรางซางห่างห่อหวานป่วนใจ โหย
ก้อยกุ้งปรุงประทีน วางถึงลิ้นคั้นแค โดย	รสทิพย์หทัยมาโปรย ฤจะเปรียบเทียบทันขวัญ
เทโพพื้นเนื้อท้อง เป็นมันย่องล่องลอยมัน	นำชครสงครามครัน ของสวรรค์สวรมย์
ความรักยักเปลี่ยนท่า ทำน้ำยาอย่างแกงขม	กล่อมกล่อมเกลี้ยงกลม ชม ไม่วายคล้ายคล้ายเห็น
ข้าวหุงปรุงอย่างเทศ รสพิเศษใส่ลูกเอ็น	ใครหุงปรุง ไม่เป็น เช่นเขมมีครประดิษฐ์ทำ
เหลือรู้หนูป่าคัม แกงคั่วส้มใส่ระกำ	รอยแจ้งแห่งความขำ ข้าทรงเสร์เจ้าคราครอม

ข้าข้าพลาว่าเนื้อสด ฟุ้งปรากฏรสเห็นหอม      คิดความขามถนอม สนิทเนื้อเจือเสาวคนธ์  
 ถ้าเคียงคิดเคียงน่อง นอนเคียงทองท่าเมืองบน      ลดหลั่นชั้นชอบกล ылอยากนิทรคิดแนบนอน  
 เห็นหุ่มหุ่มทรงเคร้า รุ่มรุ่มเร้าคือไฟฟอน      เจ็บไกลในอาวรณ์ ร้อนรุ่มรุ่มกุ่มกลางทรง  
 รังนกนึ่งนำชด โอชารสกว่าทั้งปวง      นกพราวจากรังรวง เหมือนเรือร่าร้างท่าห้องหวาน  
 ไตปลาเสแสร้งว่าคุดจวจากระบิคระบวน      ใบโศกบอก โศกครวญ ให้พี่เคร้าเจ้าดวงใจ  
 ผัก โฉมชื่อเพราะพริ่อง      เป็นโฉมน้องฤาโฉมไหน  
 ผักหวานชานทรงใน ไคร่ครวญรักผักหวานนาง ฯ      เล็กๆ น้อยๆ จากใจคัดเค้า”

วรรณกรรมชิ้นเอกของพระสุนทรโวหาร (สุนทรภู่) ในนิราศพระปฐม ได้กล่าวถึงพระธม ไม้  
 มะตาดที่นำมาปรุงเป็นอาหารชนิดต่างๆ ที่เป็นเอกลักษณ์และเป็นที่ยอมรับของชาวมอญ สาม โลก ดังนี้

“ต้องผินผันหันหลังลงทั้งสิ้น      ถึงแผ่นดินยินดีจะมีไหน  
 เทียวชมวัดทัศนาศาลาลัย      ดั้นโพธิ์สูงสูงทั้งขึงขาง  
 คูเย็นชื่นรื่นรมย์พนมมาศ      มะตุม คาด ดั้นเอื้องมะเฟืองฝ่าง  
 นมสวรรค์ ล้นทม ดันนมนาง      มีค่างค่างตันอกคกคะลิ่ง  
 มะตาดใบจักหยิกหยิก      พลิวพลิกลมพัดสะบัดไหว  
 ดอกขาวหอมหวานชวนใจ      กลีบใหญ่แตกพวงร่วงพรุ”

และยิ่งกว่านั้นขนมนมเนยของแม่ครัวชาวรามัญในวังหลวงทำได้แบบฝีมือมั่งนัก จึงเป็นที่  
 ทรงโปรดของในหลวงรัชกาลที่ 5 ยิ่งนัก นับได้ว่าเป็นเครื่องรับรองได้เป็นอย่างดีว่าฝีมือการปรุงอาหาร  
 ของชาวมอญนั้นยอดเยี่ยมตลอดกาล

ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมอำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี  
 นั้น จะเดินทางมาเพื่อชื่นชมความงาม ความประณีต และความวิจิตรบรรจงเกี่ยวกับศิลปะไทย ซึ่งมุ่งเน้น  
 ในเชิงสุนทรียศาสตร์ (Aesthetics of Science) เป็นสำคัญ แต่ในทางตรงกันข้าม การท่องเที่ยวอำเภอสาม โลก  
 จังหวัด ปทุมธานี สามารถเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดและเผยแพร่เอกลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี ตลอดจน  
 ภูมิหลังและภูมิปัญญาของชุมชนในท้องถิ่น ได้เป็นอย่างดี หากแต่ยังขาดการอนุรักษ์และการประชา-  
 สัมพันธ์ที่เป็นรูปธรรม ซึ่งจะก่อให้เกิดความตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และอาหาร  
 ไทยรามัญในชุมชนอย่างเด่นชัด

ดังนั้น ในการศึกษาสารนิพนธ์เรื่อง “แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว อำเภอสาม โลก  
 จังหวัดปทุมธานี กรณีศึกษา: อาหาร ไทยรามัญ” ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษารูปแบบการจัดการเกี่ยวกับอาหาร  
 ไทยรามัญอำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี มุ่งศึกษาเฉพาะตำบลสาม โลก ตำบลคลองควาย และตำบลเชียง-  
 รากน้อย โดยเน้นการสร้างจิตสำนึกให้คนในชุมชนตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าว ขณะเดียวกันก็  
 สามารถพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้เป็นผู้อนุรักษ์และสืบทอดมรดกอันล้ำค่าสืบต่อไป เพราะ  
 มรดกอันล้ำค่านี้จะเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่สำคัญของประเทศชาติ ทั้งจะเป็นมรดกที่สำคัญยิ่งของการ  
 ท่องเที่ยวอำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี ให้ยั่งยืนควบคู่ไปกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด  
 ปทุมธานี ในด้านอื่นๆ อีกด้วย

## 1.2 ปัญหาวิจัย

การศึกษานิพนธ์เรื่อง “แนวทางการส่งเสริมและพัฒนากองท่องเที่ยวอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี กรณีศึกษา : อาหารไทยรามัญ” ในครั้งนี้มีปัญหาคำถามวิจัย ดังนี้

1. การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี เน้นเฉพาะ 3 ตำบล คือ ตำบลสามโคก ตำบลคลองควาย และตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี เกี่ยวกับอาหารไทยรามัญเป็นอย่างไร
2. การประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวซึ่งมุ่งเน้นเกี่ยวกับอาหารไทยรามัญ เน้นเฉพาะ 3 ตำบล คือ ตำบลสามโคก ตำบลคลองควาย และตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีอะไรบ้าง และเป็นอย่างไร
3. แนวทางและการพัฒนากองท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวรู้จักอาหารไทยรามัญ เน้นเฉพาะ 3 ตำบล คือ ตำบลสามโคก ตำบลคลองควาย และตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ควรจะเป็นอย่างไร
4. การมีส่วนร่วมขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับอาหารไทยรามัญ เน้นเฉพาะ 3 ตำบล คือ ตำบลสามโคก ตำบลคลองควาย และตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี เป็นอย่างไร

## 1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

การศึกษานิพนธ์เรื่อง “แนวทางการส่งเสริมและพัฒนากองท่องเที่ยวอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี กรณีศึกษา : อาหารไทยรามัญ” ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์วิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษารูปแบบการส่งเสริมและอนุรักษ์อาหารไทยรามัญ อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาการประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อต่างๆ ในด้านการท่องเที่ยว อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

## 1.4 สมมุติฐานการวิจัย

1. การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและการส่งเสริมอนุรักษ์อาหารไทยรามัญ เป็นแนวทางการส่งเสริมและพัฒนากองท่องเที่ยวของอำเภอสามโคก ได้เป็นอย่างดี
2. การประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อต่างๆ ในด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี เป็นแนวทางการส่งเสริมและพัฒนากองท่องเที่ยวของอำเภอสามโคก ได้เป็นอย่างดี



## 1.5 ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตพื้นที่ที่ต้องการศึกษา ได้แก่
  - 1.1 พื้นที่ตำบลสาม โลก อำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี
  - 1.2 พื้นที่ตำบลคลองควาย อำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี
  - 1.3 พื้นที่ตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี
2. ขอบเขตด้านเนื้อหาในการศึกษา ได้แก่
  - 2.1 รูปแบบการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับอาหาร ไทยรามัญ เน้น เฉพาะ 3 ตำบล คือ ตำบลสาม โลก ตำบลคลองควาย และตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี
  - 2.2 แหล่งอันเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับอาหาร ไทยรามัญ เน้นเฉพาะ 3 ตำบล คือ ตำบลสาม โลก ตำบลคลองควาย และตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี
3. ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่
  - 3.1 ผู้บริหารภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับ 3 ตำบล คือ ตำบลสาม โลก ตำบลคลองควาย และตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี
  - 3.2 ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้นำชุมชน กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และประชาชนชาวบ้านใน 3 ตำบล คือ ตำบลสาม โลก ตำบลคลองควาย และตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี
  - 3.3 ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ไทยรามัญ ใน 3 ตำบล คือ ตำบลสาม โลก ตำบลคลองควาย และตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี
  - 3.4 ประชาชนทั่วไปที่พักอาศัยอยู่ในบริเวณแหล่งผลิตอาหาร ไทยรามัญหรือที่พักอาศัยอยู่ใกล้แหล่งผลิตอาหาร ไทยรามัญใน 3 ตำบล คือ ตำบลสาม โลก ตำบลคลองควาย และตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี
  - 3.5 นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ขณะที่ผู้ศึกษา กำลังศึกษา และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลใน 3 ตำบล คือ ตำบลสาม โลก ตำบลคลองควาย และตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี

## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับอาหาร ไทยรามัญใน 3 ตำบล คือ ตำบลสาม โลก ตำบลคลองควาย และตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี
2. ทำให้ทราบถึงการประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อต่างๆ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงอาหาร ไทยรามัญใน 3 ตำบล คือ ตำบลสาม โลก ตำบลคลองควาย และตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี

3. ได้แนวทางการพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเกี่ยวกับ 3 ตำบล คือ ตำบลสามโคก ตำบลคลองควาย และตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี
4. เสนอแนวทางในการพัฒนาและบูรณาการการท่องเที่ยวเพื่ออาหาร ไทยรมัญ ใน 3 ตำบล คือ ตำบลสามโคก ตำบลคลองควาย และตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

## 1.7 คำนิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

1. การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี หรือสถานที่เป้าหมาย เพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง คือ เพื่อผ่อนคลายอิริยาบถ จากงานประจำและสร้างความรื่นรมย์ของจิตใจ ค้นหาคำตอบหรือแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ เพื่อจรรโลงใจและการโน้มน้าวใจให้เกิดความตระหนักและสำนึก
2. การส่งเสริม หมายถึง การทำให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคล ที่ริเริ่มกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือยังไม่ได้ริเริ่ม ให้เริ่มดำเนินการให้มีการคิด หรือกระทำสิ่งที่ส่งเสริมไปมากขึ้น หรือก่อให้เกิดประโยชน์มากขึ้น
3. การพัฒนา หมายถึง ความเจริญก้าวหน้าโดยทั่วๆ ไป เช่น การพัฒนาชุมชน พัฒนาประเทศ คือการทำให้สิ่งเหล่านั้นให้ดีขึ้น เจริญขึ้น สนองความต้องการของประชาชนส่วนใหญ่ให้ได้ดียิ่งขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่า การพัฒนาเป็นกระบวนการของการเคลื่อนไหวจากสภาพที่ไม่น่าพอใจไปสู่สภาพที่น่าพอใจ การพัฒนาเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอไม่หยุดนิ่ง
4. นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวตำบลสามโคก ตำบลคลองควาย และตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี
5. อาหารไทยรมัญ หมายถึง อาหารที่ประกอบโดยชาวมอญในท้องถิ่นตำบลสามโคก ตำบลคลองควายและตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานีที่มีฝีมือและมีลักษณะโดดเด่นเฉพาะตัว โดยได้รับภูมิปัญญาด้านการทำอาหารมาจากมอญโบราณ
6. การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร โดยผ่านกระบวนการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย
7. สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง หนังสือ แผ่นพับ แผ่นปลิว โปสเตอร์ อินเทอร์เน็ต วิทยุและวีซีดี
8. การบริหารจัดการ หมายถึง หน้าที่ต่างๆ ที่กำหนดทิศทางในการใช้ทรัพยากรทั้งหลายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายขององค์กร
9. การมีส่วนร่วม หมายถึง การมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชน ในท้องถิ่นที่เกี่ยวกับอาหาร ไทยรมัญ ในอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษานี้มีพื้นฐานเรื่อง “แนวทางการส่งเสริมและพัฒนากิจการท่องเที่ยว อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี กรณีศึกษา : อาหารไทยรามัญ” ครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาจากทฤษฎี คำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการส่งเสริมและพัฒนากิจการท่องเที่ยว ใน 3 ตำบล คือ ตำบลสามโคก ตำบลคลองควาย และตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ดังนี้

1. ความเป็นมาและความหมายของการท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว
3. แนวคิดการพัฒนากิจการและการส่งเสริมการท่องเที่ยว
4. กลยุทธ์การพัฒนากิจการการท่องเที่ยว
5. แผนแม่บทอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติ
6. ยุทธศาสตร์การพัฒนาในแผนเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10
7. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน
8. การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี
9. การจัดการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี
10. ทฤษฎีการสื่อสาร
11. การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี
12. การวางแผนการประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี
13. อาหารไทยรามัญ
14. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
15. กรอบแนวความคิด

#### 2.1 ความเป็นมาและความหมายของการท่องเที่ยว

(Mcintosh and Goeldner, 1986: 21-28) กล่าวไว้ว่า การเดินทางท่องเที่ยวในสมัยโบราณ มีขอบเขตจำกัดมาก เนื่องจากการขาดความสะดวก ในการเดินทาง การคมนาคมมีไม่เพียงพอ ต้องเสียเวลาในการเดินทางมาก ลำบาก ไม่สะดวกสบาย อีกทั้งยังเสี่ยงอันตรายต่างๆ นานัปการ และส่วนใหญ่ ของการเดินทางท่องเที่ยวในสมัยโบราณ มักจะเป็นการสำรวจเพื่อสนองต่อความอยากรู้อยากเห็น ของตน หรือเพื่อขยายอำนาจทางการเมือง การค้า การแสวงหาโชคผลาก การอพยพไปตั้งถิ่นฐานใน

ดินแดนต่างถิ่น ซึ่งเป็นเรื่องของความหิวโหย และการหนีภัยนั่นเอง การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน จึงยังมีน้อยมาก

เสรี วังสไฟจิตร (2534: 74) ในยุคโบราณของทางตะวันตก การเดินทางในสมัยต่างๆ เป็นการเดินทางไปเพื่อการค้า การพาณิชย์ การศาสนา การรักษาพยาบาล หรือการศึกษา แม้ในพระคริสตธรรมคัมภีร์ฉบับเก่า ก็ยังมีบันทึกถึงการค้าและขบวนเดินทางขนาดใหญ่เอาไว้

ในประเทศกรีกโบราณได้มีการเดินทางไปร่วมกีฬาโอลิมปิกเป็นครั้งแรก ในปี 776 ก่อนคริสต์ศักราช ทำให้เกิดธุรกิจที่พักรถขึ้น อันเป็นสิ่งจำเป็นทั้งของนักกีฬาและผู้เดินทางอื่นๆ และปัจจุบันนี้กีฬาโอลิมปิกได้กลายเป็นกิจกรรมที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวอย่างหนึ่งด้วย และยิ่งกว่านั้นชาวโรมันในสมัยโบราณได้ช่วยกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปโดยสะดวกขึ้น เพราะมีการสร้างทางหลายสายเป็นเครือข่ายเชื่อมถึงกัน มีที่พักสำหรับม้าที่ใช้ขับขี่ยานพาหนะ มีการเดินทางไปชมวัดสำคัญๆ ในเขตเมดิเตอร์เรเนียน รวมทั้งพีระมิดและอนุสาวรีย์อื่นๆ แหล่งท่องเที่ยวในสมัยแรกๆ นั้น ส่วนใหญ่เน้นที่โบราณสถานเป็นสิ่งสำคัญ เช่น มหาพีระมิดแห่งอียิปต์ และ สฟิงซ์ เป็นต้น ต่อๆ มาก็ได้สนใจสถานที่ทางธรรมชาติที่แปลกๆ และน่าสนใจ (โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวสมัยใหม่) และนอกจากสนใจในแหล่งน้ำแร่ที่ชาวโรมันชื่นชอบกันมากแล้ว ความนิยมก็ได้แพร่มาที่ประเทศอังกฤษและทวีปยุโรป

ในศตวรรษที่ 18 บ่อน้ำแร่เป็นที่นิยมกันมากในหมู่คนชั้นสูง ทั้งในแง่การบำบัดรักษาโรคและการแสดงฐานะทางสังคม รวมทั้งมีการเดินป่าและเล่นเกมต่างๆ ที่นั่นด้วย จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการสมาคมที่ประสบความสำเร็จมากทีเดียวในประเทศอังกฤษ นักท่องเที่ยวจะประสงค์เดินทางไปยังที่ที่ปลอดภัยและสะดวกสบายเป็นสิ่งสำคัญ เมื่ออาณาจักรเหล่านี้เจริญขึ้นถึงขีดสูงสุด การท่องเที่ยวและการเดินทางก็มีปริมาณมากและมีความปลอดภัยสูง การนัดหมายและการพักผ่อนวันหยุดก็มีมากเหมือนในปัจจุบัน แต่เมื่ออาณาจักรเหล่านั้นล่มสลายลง การท่องเที่ยวก็ต้องคายตามไปด้วยอย่างหลีกเลี่ยงไม่พ้น เพราะเมื่อบ้านเมืองตกต่ำ ถนนหนทางเสื่อมโทรมลง ท้องถิ่นต่างๆ เต็มไปด้วยขโมยและโจรผู้ร้าย ทำให้การเดินทางไม่ปลอดภัย และผู้เดินทางในสมัยปัจจุบันก็เหมือนกับผู้เดินทางในสมัยกรีกโรมัน คือ ไม่ต้องการเดินทางไปยังสถานที่ที่มีชื่อเสียงในทางไม่ปลอดภัย เหล่านั้นเลยแม้แต่สักคนเดียว

ปี ค.ศ. 1822 โรเบิร์ต สมาร์ต (Robert Smart) แห่งบริสตอล ประเทศอังกฤษ ได้ประกาศตัวเองเป็นตัวแทนคนแรกของเรือกลไฟโดยสาร เริ่มการจูงตัวโดยสารเรือกลไฟตามท่าเรือหลายแห่ง เช่น ช่องแคบบิสตอล และคูบรินแห่งไอร์แลนด์ เป็นต้น

ปี ค.ศ. 1841 โทมัส คูก (Thomas Cook) ได้เริ่มเดินรถไฟขบวนพิเศษจากไลเชสเตอร์ (Leicester) ไปลัฟโรว์ (Loughborough) ซึ่งมีระยะทางยาว 12 ไมล์ และในวันที่ 5 เดือนกรกฎาคมของปีนั้น รถไฟของโทมัส คูกก็รับผู้โดยสารไปกลับ ถึง 570 คน ในราคาคณะ 1 ชิลลิง ซึ่งเชื่อกันว่าเป็นรถไฟเดินทางระยะสั้นที่มีการโฆษณาเผยแพร่เป็นครั้งแรก จึงเป็นที่ยอมรับกัน โดยทั่วไปว่า โทมัส คูกเป็นตัวแทนท่องเที่ยวรถไฟระยะทางสั้นๆ เป็นคนแรก และความพยายามของเขาก็ถูกผู้คนเลียนแบบกันไปทั่วโลก แต่อย่างไรก็ตามบริษัทของโทมัส คูกก็เติบโตอย่างรวดเร็ว มีการจัดท่องเที่ยวโดยมีผู้คอย

บริการอำนวยความสะดวกไปสู่ยุโรป และต่อมาก็นำไปสู่ประเทศสหรัฐอเมริกาไปสู่การท่องเที่ยวทั่วโลก แม้กระทั่งทุกวันนี้บริษัทของโรมัส คุณก็ยังคงดำเนินกิจการอยู่ และเป็นบริษัทหรือองค์การทางการเดินทางท่องเที่ยวที่ใหญ่ที่สุดในโลก

### การเดินทางท่องเที่ยวในสมัยใหม่ของโลก

ไพฑูรย์ พงศบุตร (ม.ป.ป.: 13-15) การท่องเที่ยวสมัยใหม่แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การท่องเที่ยวในสมัยหลังปฏิวัติอุตสาหกรรม และการท่องเที่ยวสมัยปัจจุบัน ซึ่งเริ่มต้นตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้นมา ดังนี้

1. หลังการปฏิวัติอุตสาหกรรม คือ ตั้งแต่ตอนปลายของคริสต์ศตวรรษที่ 18 จนถึงก่อนหน้าสงครามโลกครั้งที่ 2 การท่องเที่ยวได้ขยายตัวขึ้นเป็นลำดับ ซึ่งการขยายตัวของการท่องเที่ยวในช่วงระยะเวลาดังกล่าวนี้ เป็นผลมาจากปัจจัยดังต่อไปนี้

1.1 การพัฒนาด้านการคมนาคมขนส่ง มีการพัฒนาด้านการคมนาคมขนส่งทางรถไฟ ทางรถยนต์ ทางเรือ และทางเครื่องบิน ทำให้การเดินทางสะดวกรวดเร็ว และเสียค่าใช้จ่ายน้อยลง อีกทั้งยังใช้เวลาเดินทางน้อยลง ทำให้สามารถเดินทางไปทั่วโลกได้สะดวกอีกด้วย

1.2 การพักผ่อนหย่อนใจของสังคมอุตสาหกรรม การปฏิวัติอุตสาหกรรมเป็นผลให้ประเทศทางตะวันตกเปลี่ยนเป็นสังคมอุตสาหกรรม ซึ่งประชาชนมีรายได้สูงขึ้นและอยู่กันอย่างมั่นคงตามเมืองใหญ่ ประกอบอาชีพตามโรงงานอุตสาหกรรม หรือบริษัทห้างร้านที่มีกำหนดเวลาทำงาน และเวลาพักผ่อนที่แน่นอน ลักษณะเช่นนี้ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวขยายตัวกว้างขวางมากขึ้น เพราะประชาชนมีทั้งเงินและเวลาที่จะใช้ไปในการท่องเที่ยว รวมทั้งต้องการที่จะพักผ่อนร่างกายและจิตใจ หลังจากที่ได้ทำงานเคร่งเครียดมาแล้วในเมือง หรือในโรงงานอุตสาหกรรม

2. การท่องเที่ยวสมัยปัจจุบันตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 กล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวได้พัฒนาไปอย่างมาก ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้กลายเป็นธุรกิจที่สำคัญของหลายประเทศ ทั้งที่ประเทศพัฒนาแล้วและประเทศที่กำลังพัฒนา และการท่องเที่ยวได้ขยายตัวออกไปอย่างกว้างขวางครอบคลุมทุกๆ ทวีปที่มีประชากรอาศัยอยู่ จนมีผู้กล่าวว่า ปัจจุบันนี้เราได้เคลื่อนจากการท่องเที่ยวชนิดที่เป็นตัวแทรกเล็กน้อย ทางด้านบัญชีมาเป็นสิ่งที่ใหญ่โตที่สุดในด้านการค้าของโลกและในหลายๆ ประเทศ การท่องเที่ยวก็ได้กลายเป็นแหล่งสำคัญของรายได้จากการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และมีผู้ทำนายว่า เมื่อถึงปี พ.ศ. 2553 การท่องเที่ยวจะกลายเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดอุตสาหกรรมหนึ่งในโลกทีเดียว

ปีค.ศ. 1907 เอลซ์เวิร์ท มิลตัน สตาตเลอร์ (Ellsworth Milton Statler) เป็น “บิดาแห่งการโรงแรมอเมริกัน” สร้าง The Buffalo Statler Hotel, New York เป็นการเปิดศักราชใหม่ของอุตสาหกรรมโรงแรม และ Statler สร้างสรรค์บริการใหม่ในโรงแรมขึ้นอย่างมากมาย เช่น ทุกห้องพักมีห้องน้ำ ห้องส้วม โทรศัพท์ และวิทยุ กระจกเงาสูงเต็มตัว ตู้เสื้อผ้าแบบ Built-in สวิตช์ไฟฟ้าใกล้ประตู หนังสือพิมพ์ทุกเช้า ส่วนด้านอาหาร การครัวที่ได้มาตรฐาน ภัตตาคารใช้เครื่องเงิน และเครื่อง

กระเบื้อง ฝ้าลिनิน อย่างมีคุณภาพ และบริการอื่นๆ เพื่อให้ผู้พักได้รับความพึงพอใจ

นอกจากนั้น Statler เป็นผู้ริเริ่มจัดตั้ง "Hotel-Chain" หลังจากประสบความสำเร็จในการบริหาร "The Buffolo Statler Hotel" โดยทำเป็น Statler Hotel Chain ได้จัดตั้งขึ้นที่หลายเมืองใหญ่ๆ ในประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นต้นแบบของ Hotel-Chain จนถึงปัจจุบัน จากนั้น Statler ได้สร้าง Statler Inn และหอประชุม Statler Hall ในบริเวณมหาวิทยาลัยคอร์เนล (Cornell University) ที่เมือง และที่มลรัฐ New York จัดตั้ง Statler Foundation ส่งเสริมวิชาการ โรงแรมระดับปริญญาตรี "School of Hotel Administration" 1 ใน 11 คณะของมหาวิทยาลัยคอร์เนล (Cornell University) (Cornell University) ปัจจุบันเป็นสถานศึกษาการโรงแรมชั้นสูงที่มีชื่อเสียงที่สุดในโลก

นอกจากนั้นยังมีอีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือ International Union of Tourist Publicity Organisation จัดตั้งเมื่อปี ค.ศ. 1925/พ.ศ. 2468 เปลี่ยนชื่อเป็น International Union of Official Travel Organisation (IUOTO) หรือ สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ สำหรับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นสมาชิกเมื่อปี ค.ศ. 1952/พ.ศ. 2495 ขณะเป็นเพียง "สำนักงานท่องเที่ยว กรมโฆษณาการ"

## 2. 2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว

วรรณฯ ศิลปอาชา (การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว หน่วยที่ 1-8 ,2545) ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวยังที่ต่างๆ และส่งผลให้การท่องเที่ยวเกิดการขยายตัว แม้ว่าทรัพยากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอาจจะมีการใช้ไม่สิ้นเปลืองเท่าอุตสาหกรรมผลิต แต่ทรัพยากรการท่องเที่ยวก็เสื่อมโทรมได้ หากไม่มีการดูแลรักษาที่ดีพอ การดูแลรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีสภาพสมบูรณ์และคงอยู่อย่างยาวนาน เป็นเสมือนการรักษาอารยธรรมและความรุ่งเรืองของชาติเอาไว้ซึ่งการรักษาทรัพยากรเหล่านี้ให้คงอยู่อย่างยาวนาน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการอนุรักษ์และพัฒนาควบคู่กันไป

### ทรัพยากรการท่องเที่ยว

มีผู้ให้ความหมายของทรัพยากรการท่องเที่ยว ไว้มากมายหลายความหมาย ซึ่งพอจะประมวลความได้ว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์ได้สร้างขึ้น

ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีหลายชนิด ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ซึ่งมีความโดดเด่น และดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวจำแนกตามหลักการสิ่งแวดล้อมได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attractions) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มีความสวยงาม แปลกตา เช่น ชายหาด เกาะ น้ำตก ภูเขา ถ้ำ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีชื่อเสียง

และเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เช่น หาดจอมเทียน จังหวัดชลบุรี เกาะช้าง จังหวัดตราด น้ำตกทีลอซู จังหวัดตาก คอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ภูกระดึง จังหวัดเลย และถ้ำธารลอด จังหวัดกาญจนบุรี

นอกจากทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทั้งหลายที่กล่าวมา ทรัพยากรการท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังรวมถึงพืชพรรณในป่า สัตว์ป่าและปรากฏการณ์ธรรมชาติด้วย

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Manufactured Attractions) เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อประโยชน์ด้านการประกอบกิจกรรมในชีวิตประจำวัน จรรโลงใจ การประกอบศาสนกิจ การค้า การพักผ่อนหย่อนใจ การส่งเสริมการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น มีทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม

ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นรูปธรรม ได้แก่ โบราณสถาน โบราณวัตถุ พิพิธภัณฑสถาน สวนสาธารณะ สวนสนุก ศูนย์การค้า สถานเริงรมย์ สนามกีฬา ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นนามธรรม ได้แก่ วัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ พิธีกรรม และงานประเพณี

#### **การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว**

การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้คงสภาพสมบูรณ์อย่างยาวนาน มีแนวทางปฏิบัติดังนี้

1. ไม่ปรับสภาพของสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้เปลี่ยนไปจากเดิมจนด้อยคุณค่าลง เช่น ไม่เน้นการสร้างที่พักแรมหรือรีสอร์ทในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้มาก นักท่องเที่ยวที่เข้าไปท่องเที่ยวกันอย่างหนาแน่น จะทำให้สูญเสียความเป็นธรรมชาติ ดังเช่น สภาพที่เกิดขึ้นกับชายหาดพัทยา จังหวัดชลบุรี ในปัจจุบัน

2. ไม่ก่อให้เกิดมลพิษสิ่งแวดล้อมขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ไม่ทิ้งขยะ ไม่เผาขยะและปล่อยให้มียขยะตกค้างในแหล่งท่องเที่ยว แต่ควรสร้างหรือวางถังขยะให้กลมกลืนกับสภาพของแหล่งท่องเที่ยว และควรขนขยะออกไปกำจัดนอกแหล่งท่องเที่ยว

3. ไม่รุกรานทำลายโบราณสถาน และสถานที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ เช่น ไม่เข้าไปอยู่อาศัยใกล้กับพื้นที่ที่เป็นกำแพงดินหรือกำแพงเมืองโบราณ ไม่ถมหรือปรับพื้นที่ที่เป็นคูเมืองโบราณ เพื่อก่อสร้างอาคารบ้านเรือน

4. ไม่ทำลายทรัพยากรทุกชนิดที่อยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ไม่เหยียบย่ำและเด็ดดอกไม้ในป่า ไม่เก็บหินในแหล่งท่องเที่ยวไปเป็นของที่ระลึก ไม่ขีดเขียนผนังถ้ำและทำลายหินงอกหินย้อยในถ้ำ ให้แตกหัก ไม่ล่าสัตว์และเผาป่าในเขตหวงห้าม

5. อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีอันดีงามของท้องถิ่นเอาไว้และถ่ายทอดให้คนรุ่นหลังสืบต่อกันไป เช่น การอนุรักษ์ศิลปะการทอผ้าไหมของคนอำเภอนบพ จังหวัดขอนแก่น การรักษาประเพณีบุญบั้งไฟของคนจังหวัดยโสธร

#### **การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว**

การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวจะต้องระมัดระวัง ไม่ให้เกิดผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยว และ

ไม่ชักนำให้คนเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากเกินไปจนเกินขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ และต้องรักษาสภาพธรรมชาติเดิมเอาไว้ให้ได้มากที่สุด โดยมีแนวทางดังนี้

1. สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้มีความกลมกลืนกับบรรยากาศของสถานที่ท่องเที่ยวและคำนึงถึงความจำเป็นในการก่อสร้าง การก่อสร้างและการใช้งานต้องไม่ก่อให้เกิดมลพิษสิ่งแวดล้อม เช่น การสร้างถนนเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยว ที่พักแรม ร้านอาหาร สถานที่นันทนาการ จะต้องไม่ก่อให้เกิดฝุ่นละออง เสียงดัง น้ำเสีย และขยะตกค้างในสถานที่ท่องเที่ยว

2. ดูแลรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวในการชมสถานที่ เช่น การก่อสร้างสะพาน การสร้างบันได การสร้างรั้วกั้นบริเวณทางเดินหรือน้ำตกที่อาจก่อให้เกิดอันตราย การติดตั้งไฟให้แสงสว่างในถ้ำหรือให้ยืมตะเกียงเพื่อเดินชมในถ้ำ ผู้ดำเนินการต้องพิจารณาว่าการก่อสร้างหรือการติดตั้งดวงไฟต้องไม่ทำลายทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้เสียไป นอกจากนี้ควรมีการเฝ้าระวังไม่ให้มีเหล่านักล่าสัตว์ และการก่ออาชญากรรมขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย

3. จัดทำป้ายบอกทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในท้องถิ่นให้ชัดเจน สวยงาม เห็นได้ง่าย และบำรุงรักษาให้อยู่ในสภาพใช้งานได้ หรืออาจทำแผนที่แสดงที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว และแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้เคียง เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกว่าการเดินทางมาเที่ยวในพื้นที่แห่งนั้นคุ้มค่า เพราะสามารถเที่ยวชมสิ่งต่างๆ ได้หลายอย่าง และยังเป็นการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในท้องถิ่นอีกด้วย

4. แสวงหาสถานที่ที่มีความสวยงาม โคกเค่น ศิลปวัฒนธรรม และประเพณีประจำท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ เพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ เป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวชมและใช้จ่ายเงินภายในท้องถิ่น

5. ให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในการบูรณะ โบราณสถาน และดูแลแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในท้องถิ่นให้อยู่ในสภาพดี มีการจัดระเบียบการเข้าชม การบริการสถานที่จอดรถฟรี ถ้าต้องมีการเก็บเงินค่าบำรุงต่างๆ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องเก็บค่าบำรุงในอัตราที่เป็นธรรม

#### **ผู้เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว**

ผู้ที่มีหน้าที่ช่วยกันร่วมอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวประกอบด้วยหลายฝ่าย ดังต่อไปนี้

1. นักท่องเที่ยว จะเป็นผู้ใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยตรง ต้องมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ควรปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับของแหล่งท่องเที่ยวที่ไปชม ไม่ประพฤติดนให้เกิดความเสียหายแก่ทรัพยากรการท่องเที่ยว

2. เจ้าของท้องถิ่น เป็นกลุ่มที่มีส่วนได้รับผลประโยชน์โดยตรงจากทรัพยากรการท่องเที่ยว ถ้าเจ้าของท้องถิ่นสามารถรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้สมบูรณ์ สวยงาม จะทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยวในท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการกระจายรายได้สู่คนในท้องถิ่น



3. มัคคุเทศก์มีหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ช่วยบอกข้อควรปฏิบัติ ข้อควรระวัง ก่อนและระหว่างเข้าชม สถานที่ต่างๆ มัคคุเทศก์ต้องกล้าที่จะดักเตือนเมื่อนักท่องเที่ยวประพฤติตนไม่เหมาะสม และประพฤติตนเป็นตัวอย่างที่ดีในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว

4. ผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจ ในแหล่งท่องเที่ยว ต้องคำนึงถึงผลเสียต่อสภาพแวดล้อมด้วย หากผู้ประกอบการทำให้สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม อาจเกิดปัญหาขัดแย้งกับคนในท้องถิ่น และเมื่อสถานที่ท่องเที่ยวสูญเสียความสวยงามตามธรรมชาติไป นักท่องเที่ยวก็จะเปลี่ยนไปเที่ยวที่อื่น และไม่กลับมาเที่ยวยังที่เดิมอีก

5. หน่วยงานภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว องค์กรภาคเอกชน เช่น สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว มีส่วนช่วยควบคุมดูแลผู้ประกอบการอาชีพในธุรกิจท่องเที่ยว ให้ดำรงอยู่ในจรรยาบรรณทางธุรกิจ และให้ช่วยกันอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว

6. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยมีองค์กรภาครัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม มีหน้าที่โดยตรงในการส่งเสริมการท่องเที่ยว การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวและบุคคลฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีจิตสำนึกและช่วยกันดูแลรักษาทรัพยากร การท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่อย่างยั่งยืน

ทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและที่มนุษย์ได้สร้างขึ้น เป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างมากต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ชนิดและปริมาณของทรัพยากรการท่องเที่ยวความสามารถในการพัฒนาทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์ มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ เมื่อใดที่ทรัพยากรเหล่านี้ถูกทำลาย การท่องเที่ยวก็จะได้รับความเสียหาย และส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ดังนั้นบุคคลฝ่ายต่างๆ ที่กล่าวมาจึงต้องรับผิดชอบร่วมกันในการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวให้คงอยู่อย่างยาวนาน เพื่อให้การท่องเที่ยวของไทยมีความยั่งยืนตลอดไป

### 2.3 แนวคิดการพัฒนากิจกรรมและการส่งเสริมการท่องเที่ยว

เบญจวรรณ วงศ์คำ (เครือข่ายการเรียนรู้และประสานงานวิจัยการท่องเที่ยวโดยชุมชน สกว. สำนักงานภาค, 2551) ปัจจุบัน รัฐบาล ได้มีการส่งเสริมและใช้โอกาสของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นตัวกระตุ้นนโยบายทางเศรษฐกิจ โดยอาศัยการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการขยายตลาดและจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ โดยตั้งเป้าหมายอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายใน 5 ปี จากปัจจุบันจนถึงปี 2551 ให้มีการเพิ่มอัตรานักท่องเที่ยวจาก 10 ล้านคน เป็น 30 ล้านคน

ทั้งนี้รัฐบาลได้กำหนดนโยบายด้านการบริการและการท่องเที่ยวให้การท่องเที่ยวเป็นหนทางสำคัญของการนำรายได้ที่เป็นกระแสเงินสดเข้าสู่ประเทศ และรัฐบาลยังมีนโยบายในการส่งเสริมคุณภาพและมาตรฐานของการบริการ เพิ่มความหลากหลายของรูปแบบการให้บริการและการท่องเที่ยว

รวมทั้งยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการและการท่องเที่ยว ทั้งด้านการพัฒนาภาคบริการและด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยคณะรัฐมนตรีได้มีมติให้หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจัดทำโครงการด้านการท่องเที่ยวตามกรอบยุทธศาสตร์เพื่อบูรณาการเป็นแผนปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อให้เกิดการนำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม

ทั้งนี้มีการกำหนดเรื่องท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ (National Agenda) เป็นภารกิจที่ครอบคลุมหลายหน่วยงาน และมีความจำเป็นต้องบริหารจัดการเชิงบูรณาการร่วมกับหน่วยงานและองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และประชาชน ทั้งยังขยายพื้นที่ท่องเที่ยวด้วยการพัฒนาความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน ขยายตลาดในระดับภูมิภาค (Intra Regional) และนอกภูมิภาค (Inter Regional) ผลักดันให้ประเทศไทยสู่เป้าหมายในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย ตั้งแต่ต้นปี 2547 นโยบาย โครงการแผนงานต่างๆ ของรัฐที่รองรับอยู่ค่อนข้างเห็นชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นในด้านของการส่งเสริม การประชาสัมพันธ์ การสร้างกิจกรรมดึงดูด ตลอดจนแผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ การแสวงหาความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านและคู่ค้า นโยบายการบินที่เปิดเสรีขึ้น การกระจายศูนย์กลางการบิน การพัฒนาท่าอากาศยาน และการเปิดโอกาสให้มีการแข่งขันประกอบการขนส่งทางอากาศมากขึ้น โดยยกเลิกการกำหนดราคาขั้นต่ำ เป็นต้น เหล่านี้ล้วนเป็นเรื่องของการพัฒนาตัวสินค้าและกิจกรรม การอำนวยความสะดวกการเข้าถึง และการตลาด ซึ่งส่วนใหญ่เป็นแผนงานระยะสั้นและกลางที่จะส่งผลได้เร็วต่อการท่องเที่ยว

แผนงานเชิงรุกที่มอบเป็นนโยบายลงสู่การปฏิบัติ คือ งานภาระหลักของเอกอัครราชทูตและผู้ว่าราชการจังหวัดแบบบูรณาการ (CEO) ที่จะต้องทำแผนงานเรื่องการท่องเที่ยวให้ได้ตามเป้าหมายที่รัฐบาลกำหนดให้ได้ อาทิ มีการจัดประชุมแผนยุทธศาสตร์เรื่องการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ร่วมกับกลุ่มจังหวัดต่างๆ ภาคเหนือตอนบน ในลักษณะของการพัฒนาเชื่อมโยงภายในกลุ่มเพื่อให้เติบโตร่วมกัน (Cluster) โดยเน้น 4 เรื่องหลัก คือ

1. การท่องเที่ยว
2. สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product หรือ OTOP)
3. อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็ก (Small Medium Enterprises หรือ SMEs)
4. การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ

ดังนั้น จึงได้มีการปรับแผนการทำงาน คือ การทำตลาดแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-market) หรือการเจาะตลาดกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรงแทนการทำการตลาดแบบเหวี่ยงแหเหมือนที่ผ่านมา ขณะเดียวกันกลยุทธ์เดิมที่เคยใช้ได้ผลมาแล้วจากกรณีเรื่องสถานการณ์ไข้หวัดนก คือ การออกงานจัดแสดงรอบพิเศษ (Road Show) ในประเทศเป้าหมายต่างๆ ซึ่งการดำเนินการเบื้องต้นแบบนี้ไม่แตกต่างจากการดำเนินการในอดีตที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเคยทำไว้ แต่อย่างไรก็ดี ขณะที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเร่งปรับกลยุทธ์ทางการตลาดกันอย่างหนักหน่วง ภาพสถานการณ์ที่ตอกย้ำเรื่องท่องเที่ยวก็เคลื่อนไหวไม่หยุดนิ่งตลอดปี อาทิ การเกิดความร่วมมือกันของ 6 ประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงรวมทั้งไทย ซึ่งร่วมกันวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง โดยมี

การวางเป้าหมายเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างประเทศด้วยกัน ที่ตามมา ก็คือ ประเทศไทยจับมือกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวตั้งคณะกรรมการถาวรด้านท่องเที่ยว ในระดับรัฐมนตรีเป็นประเทศแรกของลุ่มน้ำโขงพัฒนาท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ 4 สะพานที่เชื่อมระหว่างไทย-ลาว และพัฒนา 3 เส้นทางถนนสู่เวียงจันทน์ การส่งเสริมหมู่บ้าน OTOP เพื่อเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเป็น โครงการที่รัฐบาลให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่อง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ปรับแผนการทำงานท่องเที่ยวอยู่ตลอดเวลาและมีความพยายามผลักดันการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้เติบโตเพื่อนำรายได้เข้าประเทศ แม้จะทุ่มเทในเรื่องการตลาดไปมาก แต่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวยังไม่มาก หลายแห่งยังมีสภาพทรุดโทรม จึงได้มีการจัดมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 40 ปี โดยใช้วิธีการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวทั่วประเทศ และสร้างเกณฑ์ชี้วัดจัดแบ่งมาตรฐานตามลำดับ ซึ่งจัดแบ่งในลักษณะคล้ายกันกับมาตรฐานโรงแรม ที่มีทั้งระดับ 1 ดาวถึง 5 ดาว การสร้างตัวชี้วัดจัดมาตรฐานนี้ยังได้จัดทำขึ้นสำหรับการท่องเที่ยวของชุมชนที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวแบบ Home stay ที่มีการประกาศออกมาเป็นนโยบายอย่างชัดเจน 8 ข้อ นับว่าเพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพทางการท่องเที่ยวให้เกิดการเพิ่มปริมาณเป็นรายได้จากการท่องเที่ยวเข้าสู่กลางปี กระแสการท่องเที่ยวด้านสุขภาพและสปาเกิดขึ้นมาไม่ช้าระยะ

คณะรัฐมนตรีได้มีมติสนับสนุนในธุรกิจ 3 ประเภท ได้แก่ สินค้าสมุนไพรสปา หัตถเวชบำบัด และการรักษาโรคเฉพาะทาง สร้างจุดขายให้ไทยเป็นศูนย์กลางด้านท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของเอเชียด้วย ศาสตร์การรักษาโรคที่ทันสมัยผสมกับการแพทย์แผนไทย สามารถนำมาต่อยอดทางการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีและคาดหวังการทำรายได้เข้าประเทศปีละหลายหมื่นล้านบาท ทำให้ผู้ประกอบการภาคเอกชนปรับตัวตามนโยบายของภาครัฐ ธุรกิจสปาจึงผุดขึ้นเป็นจำนวนมาก

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้เชิญผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวประชุมเร่งยุทธศาสตร์ท่องเที่ยว เพื่อผลักดันรายได้เป็นการเร่งด่วนเพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ภาครัฐวางไว้ที่จะต้องเกิดจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 12 ล้านคน โดยเฉพาะตลาดที่เป็นเป้าหมายหลักสำคัญของไทย อาทิ ประเทศอังกฤษ สวีเดน รัสเซีย อิตาลี ญี่ปุ่น เกาหลี ไต้หวัน และฮ่องกง ซึ่งหลายประเทศมีศักยภาพ ฐานลูกค้าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างการบินไทยจะต้องเพิ่มเที่ยวบินให้เพียงพอ มีแผนการดึงนักท่องเที่ยวให้เข้าพักยาวนานขึ้น โดยเพิ่มแรงจูงใจด้านสินค้าในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ กอล์ฟ สปา อาหาร และสินค้า ให้เกิดการสร้างความสุขความประทับใจและมีความต้องการเดินทางกลับมาเที่ยวอีกครั้ง

ดังนั้น จะเห็นแผนงานส่งเสริมการตลาดออกมาในรูปแบบต่างๆ เพื่อเชิญชวนผู้คนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศออกเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องต่อไป ในขณะที่เดียวกันต้องประสบกับปัจจัยหรือสถานการณ์ต่างๆ ที่เป็นตัวแปรเกิดขึ้นได้ทุกขณะ โดยเฉพาะสถานการณ์น้ำมันราคาแพงไปทั่วโลก ซึ่งส่งผลกระทบต่อปรับตัวของราคาสินค้าต่างๆ ที่ขยับขึ้นตามไปด้วยเช่นกัน ดังนั้น จึงอาจจะทำให้ผู้คนไม่ขยับฐานการใช้จ่าย โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวมากเท่าที่ควร

จากผลการสำรวจของนิตยสารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว แทรเวล แอนด์เลเซอร์ เวิลด์ ของประเทศสหรัฐอเมริกาได้จัดทำการศึกษาสำรวจกลุ่มผู้อ่านประจำปี 2547 ประเทศไทยหล่นมาอยู่ที่อันดับ 3 ในขณะที่

เกาะบาห์ลีในอินโดนีเซียกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมโหดว่าสวยงามที่สุดในโลก เรื่องนี้จึงนับเป็นอีกหนึ่งเรื่องที่ไม่ควรมองข้าม ปี พ.ศ. 2548 เน้นกลยุทธ์ดินแดนแห่งความรื่นรมย์ ก่อนจะถึงวาระสิ้นปี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยวางแผนด้านการท่องเที่ยวของปี พ.ศ. 2548 ซึ่งถือเป็นปีเริ่มต้นยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว 4 ปี คือ ระหว่างปี 2548-2551 ฐภาพลักษณ์ประเทศไทยเป็น “ดินแดนแห่งความรื่นรมย์” หรือ Happiness on Earth ขึ้นมา โดยกำหนดเป้าหมายตัวเลขนักท่องเที่ยวต่างชาติเมื่อสิ้นยุทธศาสตร์ไว้ 20 ล้านคน ทำรายได้ 7 แสนล้านบาท นักท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 81 ล้านคน สร้างรายได้ 5.5 แสนล้านบาท ซึ่งถือเป็นครั้งแรกที่รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมากกว่า 1 ล้านล้านบาท และจะเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียให้ได้ 10 เปอร์เซ็นต์ ในสิ้นปี 2551

### กลยุทธ์กลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้วางกลยุทธ์ไว้ 7 ประการ เน้นเจาะกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีการใช้จ่ายสูง ได้แก่

1. กลุ่มผู้มีรายได้สูง (High-End)
2. กลุ่มประชุม
3. กลุ่มนักกอล์ฟ
4. กลุ่มผู้รักสุขภาพ
5. กลุ่มนักดำน้ำ
6. กลุ่มผู้เดินทางระยะยาว (Long Stay)
7. กลุ่มคู่แต่งงาน (Honey Moon)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงมีนโยบายนำอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเข้าช่วยแก้ปัญหาความยากจน โดยจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมโยงจังหวัดที่ยากจนเข้าสู่จังหวัดหลัก เช่น เชื่อมจังหวัดพัทลุงเข้าสู่จังหวัดนครศรีธรรมราชและหาดใหญ่ เชื่อมจังหวัดแม่ฮ่องสอนเข้าสู่จังหวัดเชียงใหม่ และเชื่อมจังหวัดจันทบุรีเข้าสู่จังหวัดชลบุรี

การเป็นมหานครท่องเที่ยวแห่งเอเชีย มิใช่เป็นได้แค่เพียงเรื่องตัวเลขจำนวนเงินรายได้เข้าประเทศเท่านั้น แต่ความยั่งยืนภายในประเทศก็ต้องเกิดขึ้นด้วย หากแต่ศักยภาพภายในประเทศยังไม่ได้รับการพัฒนาให้พร้อมจริงๆ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นก็อาจจะมีผลกระทบตามมาด้วยเช่นกัน

กลยุทธ์การเผยแพร่สภาพพื้นที่และการดำเนินการด้านการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะเน้นการดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เอกลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวไทย พร้อมกระตุ้นให้เกิดการเดินทางของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้คืนสู่ประเทศไทยและพื้นที่ฝั่งอันดามันในระดับเดิม โดยเชื่อมโยงสู่แคมเปญส่งเสริมตลาดในประเทศ “เที่ยวที่ไหนไม่สุขใจเท่าบ้านเรา” และแคมเปญ “Thailand Happiness on Earth” ของตลาดต่างประเทศ รวมทั้ง Re Launch พื้นที่ท่องเที่ยว

วิกฤติเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว โดยทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อนำเสนอภาพลักษณ์ใหม่ของพื้นที่

สำหรับงานด้านการส่งเสริมตลาดนั้น ในส่วนของตลาดต่างประเทศในระยะสั้นจะเพิ่มความเข้มข้นในการประสานความร่วมมือกับภาคเอกชนในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวร่วมกัน การจัดโครงการรณรงค์กระตุ้นความต้องการเดินทาง และทำกิจกรรมกระตุ้นการขายเข้าสู่พื้นที่วิกฤต รวมทั้งเร่งทำความเข้าใจกับผู้ประกอบการนำเที่ยวสำหรับแผนในระยะยาว จะนำเสนอ Theme การตลาดใหม่ในแหล่งท่องเที่ยวเขตอันดามันพร้อมสร้าง Gimmick เพื่อกระตุ้นความต้องการเดินทางเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบ ตลอดทั้งร่วมมือกับภาคเอกชนไทยและผู้ประกอบการท้องถิ่นในการเสนอขายแหล่งท่องเที่ยวทั้งในลักษณะ Soft Sale และ Hard Sale ตามความต้องการเดินทางของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มตลาด

ขณะเดียวกันในส่วนของแผนงานส่งเสริมตลาดในประเทศในระยะสั้น จะนำผู้ประกอบการเข้าสำรวจพื้นที่ที่ยังสามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้ และร่วมมือกับภาคเอกชนในการจัดแพคเกจพิเศษ เพื่อนำคนไทยที่สนใจเข้าร่วมฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่ประสบวิกฤติ ส่วนในระยะยาว จะผนวกการเสนอขายในกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวชาวไทยทั่วไป และการเสนอขายการท่องเที่ยวข้ามภูมิภาคภายในประเทศ รวมทั้งการสนับสนุนให้มีการจัดประชุม สัมมนาในพื้นที่ในช่วง Green Season ตลอดจนการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ ในพื้นที่ (Event Marketing)

## 2.4 กลยุทธ์การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว

ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ที่ผ่านมามีแนวโน้มว่า เป็นยุคทองของการท่องเที่ยวไทย รายได้จากการท่องเที่ยวในปีแรกของแผนฯ 6 เท่ากับ 50,024 ล้านบาท เมื่อสิ้นแผนฯ 6 ในปี 2534 รายได้จากการท่องเที่ยวได้เพิ่มเป็น 100,005 ล้านบาท สาเหตุที่รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในอัตราสูงเพราะเหตุผลหลายประการ คือ

1. ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา เศรษฐกิจและการค้าโลกขยายตัวในอัตราสูง
2. ประเทศไทยได้รับคำกล่าวขานว่าเป็นหนึ่งในประเทศที่มีอัตราการเจริญเติบโตสูงที่สุดในโลก เริ่มเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก และมีการไหลเข้าของเงินทุนต่างประเทศจำนวนมาก
3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ทำการตลาดอย่างแข็งขัน โดยเฉพาะการจัด Visit Thailand Year ในปี 2530 ได้มีการประชาสัมพันธ์ไปทั่วโลกและประสบผลสำเร็จทางการตลาดอย่างงดงาม ในช่วงเวลาเดียวกัน ระบบเศรษฐกิจไทยก็ได้มีการเปลี่ยนแปลง โครงสร้างที่สำคัญ คือ ได้ออกจากยุคทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resource Based Economy) เข้าสู่ยุคของทรัพยากรมนุษย์ (Labor Abundant-Economy) ซึ่งมีผลกระทบต่อศักยภาพและต้นทุนของแหล่งท่องเที่ยว

### การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว (Planning for Tourism Development)

การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นกระบวนการต่อเนื่องที่จะต้องอาศัยทรัพยากรหลายอย่าง ทั้งกำลังคน กำลังเงิน และระยะเวลา เช่นเดียวกับกิจกรรมหรือสาขาทางเศรษฐกิจอื่นๆ และการท่องเที่ยวจะพัฒนาไปในทิศทางและขนาดที่ถูกต้องและเหมาะสมหรือไม่เพียงไร จะขัดแย้งหรือสอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในพื้นที่ โดยส่วนรวมหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับ การวางแผนเป็นสำคัญ

กระบวนการวางแผน (Planning Process) และพัฒนาการท่องเที่ยว มี 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องและสำรวจภาคสนาม
2. การวิเคราะห์และการศึกษาข้อมูลที่ได้
3. การกำหนดปัญหา ข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่
4. การกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมายและวิธีการพัฒนาการท่องเที่ยว
5. การกำหนดแผนงานของโครงการ

ขั้นตอนทั้ง 5 นี้ ในความเป็นจริงมิได้แยกจากกัน โดยเด็ดขาด แต่จะสอดคล้องสัมพันธ์กัน เกี่ยวเนื่องกัน ตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ แต่เหตุที่แยกเป็น 5 ขั้นตอนก็เพื่ออำนวยความสะดวกแก่การเข้าใจ แต่อย่างไรก็ตาม ความเข้มข้นหรือรายละเอียดของแต่ละขั้นตอนจะไม่เท่ากัน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับระดับของการวางแผนหรือเป้าหมายของการวางแผน ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 4 ระดับ คือ

1. ระดับการสำรวจเบื้องต้น (Preliminary Survey) หรือ (Identify Survey) เป็นระดับพื้นฐานของการวางแผน จะมีเป้าหมายในการเข้าไปศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะในประเด็นที่สำคัญ หรือปัญหาที่เด่นชัด มุ่งในการที่จะแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือการพัฒนาขนาดเล็กในระยะสั้น ซึ่งเป็นไปได้ภายใต้เงื่อนไขกฎหมาย การบริหารและงบประมาณที่มีอยู่ และนำมาประมวลวิเคราะห์เพื่อการศึกษา และพัฒนาในขั้นต่อไป การพิจารณาและศึกษาจะมุ่งประเด็นที่แหล่งท่องเที่ยวและตลาดการท่องเที่ยว

ฉะนั้น เนื้องานของการวางแผนในระดับนี้จึงเน้นหนักในขั้นตอนที่ 1 คือ การรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องและสำรวจภาคสนาม เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็น ขั้นตอนที่ 2-4 จะมีความเข้มข้นหรือรายละเอียดลดน้อยลงตามลำดับ

#### การวิเคราะห์และศึกษาสภาพพื้นฐานทั่วไปของทรัพยากรการท่องเที่ยว

ประกอบไปด้วย ตลาดการท่องเที่ยว ความพร้อมด้านการท่องเที่ยว สภาพกายภาพ ด้านธรรมชาติ จำนวนและที่มาของนักท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน สภาพเศรษฐกิจ ด้านประวัติศาสตร์/ศาสนา โครงสร้างนักท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ลักษณะประชากร ด้านวัฒนธรรม/กิจกรรม Pattern การเดินทาง สภาพสังคม การจัดลำดับความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ

2. ระดับการศึกษาเบื้องต้น (Preliminary Study) เป็นการศึกษาในระดับถัดจากการสำรวจเบื้องต้น เป็นการศึกษาแบบผสมผสานในทุกๆ สาขาทั้งทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการตลาด ด้านการท่องเที่ยว ด้านเศรษฐกิจและสังคม ด้านโครงสร้างพื้นฐาน และทางด้านสิ่งแวดล้อม แต่เป็นไปในลักษณะกว้างๆ โดยสังเขป เพื่อจะพิจารณาถึงความเป็นไปได้ โอกาสและทิศทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นๆ ต่อไป ในขณะที่เดียวกันผลของการศึกษาก็จะชี้แนะทางการดำเนินการและการแก้ปัญหา

ในระยะสั้นไว้ก่อนที่จะมีการจัดทำแผนหลักในรายละเอียดต่อไป

3. ระดับการจัดทำแผนหลัก (Master Plan) เป็นการศึกษาและจัดทำแผนอย่างผสมผสาน (Integrated Planning) ในทุกๆ สาขาเช่นเดียวกับการศึกษาเบื้องต้น โดยมีการศึกษาและวิเคราะห์กันอย่างละเอียด และมีการกำหนดแผนหลักและโครงการที่จะต้องมีการจัดทำ ตลอดจนเสนอแนะกลยุทธ์และแนวทางในการดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามแผนที่ได้วางไว้

4. ระดับการศึกษาความเหมาะสม (Feasibility Study) เป็นการศึกษาสืบเนื่องในรายละเอียดของโครงการต่างๆ ที่ได้มีการกำหนดไว้ในการจัดทำแผนหลัก เช่น การพัฒนาสภาพของแหล่งท่องเที่ยว การปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการต่างๆ เนื้องานในระดับนี้จึงเน้นหนักเรื่องของแผนงานและโครงการที่จะจัดทำเนื่องจากจะต้องวิเคราะห์โครงการต่างๆ ทางด้านเศรษฐกิจ การเงิน เทคนิค การบริหาร การตลาด เพื่อพิจารณาความเป็นไปได้และเสนอแนะลู่ทางที่เหมาะสมในการดำเนินโครงการนั้นๆ ต่อไป

#### **ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ วิธีการและแนวทาง/มาตรการการพัฒนาการท่องเที่ยว**

ยุทธศาสตร์ (Strategic) หมายถึง ทิศทางการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามภารกิจของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัด

กลยุทธ์ (Strategies) หมายถึง วิธีการที่ใช้เพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ภารกิจ หรือแนวคิด/วิธีการที่แยกย่อยยับบอถึงลักษณะการเคลื่อนไหวขององค์การว่าจะก้าวไปสู่เป้าหมายที่ต้องการในอนาคตได้อย่างไร

ในการกำหนดยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์จะต้องนำเอาผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis มาเป็นประเด็นหลักในการวางยุทธศาสตร์ให้สอดคล้องกัน กล่าวคือ ความเป็นจุดแข็งและเป็น โอกาส การพัฒนา ควรวางยุทธศาสตร์เชิงรุกเพื่อนำเอาจุดเด่นและ โอกาสการพัฒนาขยายผล หรือเสริมการพัฒนา ความเป็นจุดอ่อนและเป็นข้อจำกัดควรวางยุทธศาสตร์เชิงรับ เพื่อแก้ไขจุดอ่อนและข้อจำกัดที่มีอยู่ ซึ่งสามารถขยายรายละเอียดเสนอแนะเป็นแนวทาง/มาตรการการพัฒนา ภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาดมภารกิจแต่ละด้าน ได้

ดังนั้น กลยุทธ์จึงเป็นกรอบชี้นำหรือส่วนหัวขบวนของชุดแผนงาน ซึ่งเป็นการกำหนด วิธีการ แนวทาง หรือขั้นตอน ที่จังหวัดเลือกที่จะปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ และเมื่อได้บรรลุวัตถุประสงค์แล้ว หมายความว่ายอมบรรลุถึงภารกิจหลักที่ต้องการด้วย ซึ่งจะเห็นได้ว่า ทั้งหมดที่กล่าวมานั้นมีความสัมพันธ์ในเชิงตรรกะ (Logical Linkage) ซึ่งกันและกันของกระบวนการขั้นตอนและระดับต่างๆ ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

#### **บทบาทของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการพัฒนาการท่องเที่ยวในช่วงแผนฯ 10**

1. ประสานงานการสร้างพื้นที่สีเขียว การอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวไทยมีความยั่งยืน

2. รักษาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว

3. ประสานงานการจัดหาโครงสร้างและสาธารณูปโภคพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก การท่องเที่ยว

4. ปรับกิจกรรมและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวให้เป็นภาระน้อยที่สุดแก่แหล่งท่องเที่ยว และชุมชนที่เกี่ยวข้อง

5. พัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับภารกิจที่เพิ่มขึ้น ส่งเสริมนวัตกรรมด้านการบริการท่องเที่ยว และการบริหารแหล่งท่องเที่ยวให้เข้าสู่มาตรฐานสากล

เพื่อให้การพัฒนาจังหวัดปทุมธานีบรรลุวัตถุประสงค์ตามวิสัยทัศน์ดังกล่าว จึงได้กำหนด ยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาจังหวัดไว้ 14 ยุทธศาสตร์ คือ

1. ยุทธศาสตร์การแก้ไขปัญหาความยากจน โดยมีกลยุทธและแนวทาง/มาตรการ
2. พัฒนาศักยภาพของผู้ค้ำชูโอกาส ผู้ว่างงานและผู้ยากจนให้สามารถช่วยเหลือตนเอง โดยสนับสนุนให้ประกอบอาชีพ ความรู้ความสามารถ และแรงงาน ได้รับค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำตามกฎหมายกำหนด
3. ส่งเสริมการทำงานแบบพหุภาคี
4. ส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาของชุมชน
5. ส่งเสริมการเชื่อมโยงเครือข่ายแลกเปลี่ยนเรียนรู้
6. ส่งเสริมยกระดับการบริหารจัดการด้านการผลิต การตลาดและเงินทุน
7. ส่งเสริมการพัฒนาอาชีพหลัก และอาชีพเสริม
8. พัฒนาคณะให้มีจิตสำนึก ค่านิยมสร้างสรรค์ ทักษะคิดที่ตีต่อการประกอบอาชีพ และมีวัฒนธรรมการทำงาน

9. จัดระบบการติดตามประเมินผลทั้งภายในและภายนอก

10. เสริมสร้างประสิทธิภาพการปฏิบัติงานที่มุ่งสัมฤทธิ์

11. พัฒนาองค์กรเครือข่ายทางวัฒนธรรม

12. เร่งรัดพัฒนาการจัดบริการทางวัฒนธรรม

13. พัฒนาการเรียนรู้โดยใช้มิติทางวัฒนธรรม

14. พัฒนาสื่อและสื่อสารมวลชนในการถ่ายทอดวัฒนธรรม

15. เสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กรประชาชน

16. การสร้างสวัสดิการทางสังคม

17. พัฒนาระบบบริหารจัดการ

18. พัฒนาคุณภาพบริการ

19. พัฒนาคุณภาพบริการภายใต้งบประมาณจำกัด (เพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย)





20. การพัฒนาบุคลากร
21. พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT)
22. การสร้างความเข้มแข็งตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง
23. พัฒนาการผลิตตามรูปแบบเกษตรยั่งยืน
24. พัฒนาการผลิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง
25. สร้างความเข้มแข็งแก่เศรษฐกิจชุมชน
26. การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
27. เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุนการผลิต
28. ปรับปรุงควบคุมคุณภาพและรับรองคุณภาพสินค้า
29. พัฒนาดลาดและส่งเสริมประสิทธิภาพกลไกตลาด
30. การรักษาเสถียรภาพสินค้าเกษตร
31. การพัฒนาองค์กรและเกษตรกร
32. เสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้และมีส่วนร่วม
33. กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม
34. กลยุทธ์การให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึก
35. กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น
36. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดและบริการนำเที่ยว
37. กลยุทธ์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและบริการ
38. จัดระบบและสร้างกลไกการกระจายอำนาจการบริหารสิ่งแวดล้อมให้มีประสิทธิผล
39. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
40. พัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพและพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อมของพลเมืองให้เหมาะสมสอดคล้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืน สามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีด้านสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงพฤติกรรมการผลิตและการบริโภคที่ไม่ทำลายสมดุลของระบบนิเวศ
41. การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ
42. ให้มีการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์ทรัพยากรอย่างยั่งยืน โดยปรับรูปแบบการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมตามหลักพื้นที่ หน้าที่ การมีส่วนร่วม รวมทั้งการจัดสรรงบประมาณจากการยึดหน่วยงานหลักมาเป็นเป็นการยึดพื้นที่
43. พื้นฟูและบูรณะทรัพยากรธรรมชาติโดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมอย่างบูรณาการในเชิงระบบนิเวศ

วันที่.....	- 2 S.A. 2552
เลขทะเบียน.....	011754

รพช.  
915.9304.  
M 674 น  
ฉ.กร. สังกท.

44. เสริมสร้างประสิทธิภาพในการประสานการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติ โดยใช้เทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศสิ่งแวดล้อม จัดให้มีระบบเครือข่ายข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม
45. เสริมสร้างจิตสำนึกให้กับประชาชนในการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ
46. สร้างเสริมให้ประชาชนมีความรัก ห่วงเห่นทรัพยากรธรรมชาติ ปลูกจิตสำนึกในการดูแลสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ
47. ส่งเสริมและการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
48. ประชาสัมพันธ์เชิงรุกอย่างต่อเนื่องแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนเกี่ยวกับเอกลักษณ์ของท้องถิ่น
49. ควบคุมให้สถานประกอบการดำเนินกิจการอย่างมีคุณภาพและเป็นธรรมแก่นักท่องเที่ยวและประชาชน
50. เสริมสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อการบริหารจัดการที่ดีของภาครัฐและท้องถิ่น

## 2.5 แผนแม่บทอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติ

แผนพัฒนาแม่บทอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2544-2553) ซึ่งจัดทำโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จะเป็นกรอบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเชิงบูรณาการ เสนอแนวนโยบายเชิงรุกในการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศในภาพรวมและเสนอแนวทางในการสร้างเอกภาพในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว โดยระบบความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชน รวมถึงกำหนดความรับผิดชอบของภาคเอกชน เพื่อความร่วมมือให้เกิดพื้นฐานที่มั่นคง สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

นโยบายเชิงรุกของแผนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่กำหนดไว้ดังนี้

1. พัฒนาให้ประเทศไทยคงความเป็นผู้นำทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียอย่างค้ำคอเนื่องเพื่อก้าวสู่ความเป็น World Class Destination
2. พัฒนาการท่องเที่ยวของไทยให้เป็นสาขาหลักทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญควบคู่กับสาขาเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม
3. เร่งรัดให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวออกสู่ภูมิภาคอื่นๆ นอกเหนือจากเมืองท่องเที่ยวหลักในปัจจุบัน
4. ปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ทันสมัย เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยมีความพร้อมในการแข่งขันที่จะตามมาจากการเปิดเสรีทางการค้า
5. สนับสนุนให้องค์กรปกครองท้องถิ่นที่มีความพร้อมและเข้มแข็งในการบริหารจัดการ ในบริการธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อผลประโยชน์ของท้องถิ่นโดยตรง

6. อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้คงความเป็นธรรมชาติที่สมบูรณ์ และสะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรมไทย ที่ชัดเจน

#### จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้

1. ตามแผนแม่บท อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะเพิ่มขึ้น 16.02 ล้านคนในปี พ.ศ. 2548 และ 22.46 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2553
2. วันพักผ่อนนักท่องเที่ยวต่างประเทศในประเทศไทย จะเพิ่มเป็น 8.2 วัน ในปี พ.ศ. 2548 และ 8.5 วันในปี พ.ศ.2553
3. รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 538,592 ล้านบาทในปี พ.ศ.2548 และเพิ่มเป็น 859,095 ล้านบาท ในปี พ.ศ.2553
4. นักท่องเที่ยวชาวไทยจะท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้นจาก 63 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2548 และเพิ่มเป็น 72 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2553 จะก่อให้เกิดรายได้ 315,850 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2548 และ 413,670 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2553
5. การกระจายรายได้ จำนวนเมืองท่องเที่ยวหลักจะเพิ่มจาก 10 เมือง เพิ่มขึ้นเป็น ไม่น้อยกว่า 15 เมือง และจำนวนเมืองที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่า 5,000 ล้านบาท 13 เมืองในปี พ.ศ. 2542 จะเพิ่มเป็นมากกว่า 20 เมืองเมื่อ พ.ศ. 2553
6. การสร้างงาน การสร้างงานทางตรงปีละ 50,000 คน และทางอ้อมปีละ 50,000 คน ด้านสังคม การกระจายรายได้และการสร้างจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จะช่วยลดปัญหาความยากจนของประชากร ในชนบทได้ในระดับหนึ่ง

#### e-Tourism ในธุรกิจการท่องเที่ยวไทย

บิสิเนสไทย (13-3-2007) e-Tourism ได้กลายเป็น “ตัวช่วยใหม่” ในโลกการท่องเที่ยวก้าวอย่างใหม่ ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยกำลังจะเกิดขึ้น การเข้ามาของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของนักเดินทาง คือความท้าทายครั้งสำคัญของผู้ประกอบการที่จะสร้างโอกาสธุรกิจบนสะพานแห่งเทคโนโลยีสารสนเทศ ในธุรกิจท่องเที่ยวระดับโลก การเข้ามาของอินเทอร์เน็ต ได้ปฏิวัติวิถีการท่องเที่ยวแบบโบราณ โดยเฉพาะ การสืบค้นข้อมูล รวมถึงวางแผนการเดินทางล่วงหน้าให้ง่ายคุณพลิกฝ่ามือ และยังสร้างสรรค์โอกาสทาง ธุรกิจใหม่ๆ ให้กับผู้ประกอบการ

ธุรกิจ e-Tourism ได้เริ่มต้นขึ้น เมื่อผู้ประกอบการได้พาตัวเองเข้าสู่โลกไซเบอร์ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ เมื่อพวกเขาเริ่มพบว่า การอาศัยรูปแบบการประกอบธุรกิจแบบเดิมๆ ไม่ใช่เส้นทางที่สดใส แต่สำหรับผู้ประกอบการไทย ดูเหมือนว่าปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น ยังเป็นสิ่งใหม่ และ โกลด์คัว จนน่ากังวลว่า จะปรับตัวได้ทันทีที่ท่วงทีเพียงใด ก่อนจะสูญเสียโอกาสทางการตลาด อันมีมูลค่ามหาศาลไป

เนื่องนิมมาน ณ นคร (ที่ปรึกษาการตลาดออนไลน์บริษัท บอร์น ดิสติงชัน จำกัด, 2548) ได้สำรวจสถานภาพการใช้ e-Marketing ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวไทย จำนวน 600 ตัวอย่าง ใน 5 เมืองหลักทางการท่องเที่ยว ได้แก่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต กระบี่ เกาะสมุย พบว่า ธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนใหญ่จะมีเจ้าของเป็นชาวต่างชาติ โดย 40% ของผู้ตอบแบบสอบถามทำการตลาดด้วยวิธี Pay Per Click และเลือกทำโฆษณาผ่าน Search Engine Google มากที่สุด และส่วนใหญ่ประเภทธุรกิจที่ทำการตลาดออนไลน์ในลักษณะนี้ ได้แก่ บุติคโฮเต็ล รีสอร์ท สปา โรงแรม ธุรกิจจำหน่าย สปา โรงพยาบาล คลินิกทำฟัน ขณะผู้ประกอบการไทย 75% ไม่เคยทำการตลาดแบบออนไลน์เพราะ ไม่มีองค์ความรู้และไม่รู้ว่าจะเริ่มค้นอย่างไร ที่สำคัญ 95% ของผู้ตอบแบบสอบถามยังไม่เคยใช้ประโยชน์จาก Weblogs ในการทำการตลาดออนไลน์

ปัจจุบันมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก 1,000 ล้านคน และ 80% ของคนจำนวนนี้ ใช้อินเทอร์เน็ตในการหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว อาทิ แหล่งท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร และบริการด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ ตลอดจน การใช้บริการจองผ่านอินเทอร์เน็ต ด้วยระบบอีคอมเมิร์ซ

หากผู้ประกอบการของไทย มีความรู้เรื่องอินเทอร์เน็ต อีคอมเมิร์ซ และการใช้ประโยชน์ทางการตลาดจาก Weblogs ในการทำการตลาดออนไลน์ และเทคนิคการซื้อของธุรกิจและบริการเข้าสู่ระบบเสิร์ชเอนจิน (Search Engine) ในลำดับต้นๆ ได้ จะช่วยประหยัดงบประมาณและการประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างมาก อีกทั้งยังเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่มีศักยภาพได้โดยตรง

สำหรับประเทศไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตราว 8.5 ล้านคน ขณะที่เวียดนามมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตถึง 14 ล้านคน ส่วนประเทศที่มีการเติบโตของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสูงสุดคือ รัสเซีย จีน และอินเดีย

### *TTC สะพานเชื่อมเทคโนโลยี*

อภิชัย สกฤตสุข (ประธานโครงการ TTC, 2548) เป็นที่ทราบกันว่าธุรกิจในยุค e-Tourism ไม่สามารถหลีกเลี่ยงเรื่องของเทคโนโลยีแต่เมื่อเทคโนโลยีอย่าง ไอที คือ ฝั่งที่ห่างไกลจากผู้ประกอบการ ดังนั้นการสร้างสะพานเชื่อมเพื่อนำเทคโนโลยีใหม่เข้าถึงผู้ประกอบการท่องเที่ยว จึงเกิดภายใต้โครงการ "Tourism Technology Consortium (TTC)"

TTC เป็นความร่วมมือกันระหว่างเขตอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (พาค้า) สมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยว (แอดต้า) สมาคมสปาไทย บริษัท อเมริกันเอ็กซ์เพรส(ประเทศไทย) และบริษัท เอ็ม เอส แอล ซอฟต์แวร์ จำกัด เป้าหมายของ TTC คือ การสร้างความแข็งแกร่งให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยมีเทคโนโลยีเป็นตัวขับเคลื่อน และส่งเสริมให้ไทยก้าวขึ้นสู่ความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแบบ e-Tourism ในภูมิภาค โดยระยะแรกจะส่งเสริมธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร บริษัททัวร์ และสปา นำไอทีมาใช้มากขึ้น

ปัญหาที่เกิดขึ้นกับกลุ่มบริษัททัวร์ ซึ่งถือเป็นตัวกลางในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย คือ กลุ่มธุรกิจเหล่านี้ต่อต้านการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ ด้วยเกรงว่าจะทำให้ตนเองเสียโอกาสทางธุรกิจเนื่องจากลูกค้าสามารถข้ามขั้นตอนนี้ไปติดต่อกับผู้บริให้บริการโดยตรงได้

เทคโนโลยีที่จะเข้ามามีบทบาทในกลุ่มนี้ นอกจาก Web Technology แล้วอาจรวมถึงเทคโนโลยีที่ถูกค้าสามารถ Drag and Drop โปรแกรมทัวร์ที่ต้องการเก็บไว้ Shopping Cart และทำการจองโปรแกรมดังกล่าวผ่านออนไลน์ได้ทันที

### **แผนแม่บทตลาดออนไลน์**

พนม กะริบุตร (ผู้อำนวยการสำนักเทคโนโลยีสารสนเทศการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551) การพัฒนาศักยภาพด้าน ไอทีให้แก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย ททท. จึงได้จัดสรรงบประมาณ 5 ล้านบาท ในการจัดทำ 3 โครงการหลัก คือ แผนแม่บทการตลาดออนไลน์ สำหรับธุรกิจท่องเที่ยว การจัดสัมมนา e-Marketing และ การจัดทำเว็บไซต์ “อีเทรค อิน ไซน์” โดยแผนแม่บทการตลาดออนไลน์อยู่ระหว่างดำเนินการ ถือเป็นครั้งแรกที่ ททท. ได้ทำขึ้น เพื่อนำไปบรรจุไว้ในแผนแม่บททางการตลาดของททท. ระยะ 3 ปี (2551-2553) เพราะปัจจุบัน นักท่องเที่ยวจะใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการจองโรงแรมที่พัก และบริการอื่นๆ ผ่านระบบ อีคอมเมิร์ซ และอีมาร์เก็ตติ้ง

ในทุกวันนี้เทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทต่อการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวมากขึ้นทุกวัน หากผู้ประกอบการยังคงละเลยต่อการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแล้ว น่าเสียดายพวกเขาอาจจะทิ้งโอกาสทางการตลาดที่มีมูลค่ามหาศาลให้หมดไปโดยไม่รู้ตัว

### **บทบาทขององค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว: โครงสร้างและภารกิจ**

องค์กรของรัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยได้แก่ องค์กรที่อยู่ในฝ่ายบริหาร ฝ่ายบริหารระดับการเมือง ได้แก่คณะรัฐมนตรีซึ่งประกอบกันเป็นคณะรัฐบาล ส่วนฝ่ายบริหารระดับราชการประจำจำแนกเป็นราชการส่วนกลาง ราชการส่วนภูมิภาค และราชการส่วนท้องถิ่น ถึงแม้ตามกฎหมายจะถือหลักการแบ่งราชการบริหารเป็น 3 ส่วน แต่ในแง่กรอบความคิดที่เป็นตรรกะ และสะดวกในการเป็นกรอบการวิเคราะห์ในการศึกษานี้จะแบ่งเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกได้แก่รัฐบาลไทย (Royal Thai Government – RTG) มีคณะรัฐมนตรีและกระทรวงทบวงกรมของราชการส่วนกลางเป็นสำนักงานใหญ่ (Headquarter) และมีราชการส่วนภูมิภาค (จังหวัดและอำเภอ) และระบบการปกครองท้องถิ่น (ตำบลและหมู่บ้าน) เป็นสำนักงานย่อย โดยมีจังหวัดเป็นสำนักงานสาขาหลักในพื้นที่ (Field Offices) ส่วนที่สองได้แก่หน่วยการปกครองท้องถิ่น (Local Governments) 7,950 หน่วย ในบรรดาหน่วยการปกครองท้องถิ่นเหล่านี้มีเทศบาล 1,129 แห่งและหน่วยการปกครองรูปพิเศษ 2 หน่วยเป็นหน่วยปกครองชุมชนเมืองและกึ่งเมือง (Urban and Semi-rban Governments) มีหน่วยการปกครองพื้นที่ชนบทคือองค์การบริหารส่วนตำบล 6,744 หน่วย สภาตำบล 216 หน่วย โดยมีองค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) 75 หน่วย มีอาณาบริเวณครอบคลุมทั้งเขตเมือง เขตกึ่งเมือง และเขตชนบท

### **องค์ประกอบของภาคเอกชนและความสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน**

ในกรอบของปรัชญาระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยม สภาพธรรมชาติของระบบ ที่ต้องยอมรับก็คือ

ความแตกต่าง ความหลากหลายและกระจัดกระจาย (Fragmentation) ขององค์กรและกลไกทั้งหลายในระบบ ข้อจำกัดอีกประการหนึ่งก็คือ บทบาทของภาครัฐหรือนโยบายหรือแผนที่ภาครัฐเป็นฐานะรับดำเนินการจะมีฐานะเป็นเพียงแนวทางหรือแผนชี้ทาง (Indicative) ซึ่งจะครอบคลุมสาระด้านทิศทาง เป้าหมายและยุทธศาสตร์กว้างๆ เพื่อเป็นแนวทางร่วมกันระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนเท่านั้น ไม่อาจจะลงลึกไปถึงขั้นกำหนดการ วิธีการ หรือแผนปฏิบัติการได้

#### การดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวของภาคเอกชน: โครงสร้างและการดำเนินงาน

ธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจบริการ ในขณะที่บริการด้านอื่นๆ ส่วนใหญ่ในตลาดมีเนื้อหาและขอบข่ายที่เข้าใจง่ายและไม่ซับซ้อนมากนัก แต่บริการการท่องเที่ยวมีลักษณะพิเศษเนื่องจากมีขอบข่ายกว้างขวาง มีวงจรที่ยาวและมียอดประกอบของเนื้อหาที่มีจำนวนมากและหลากหลายอันที่จริงน่าจะเรียกการท่องเที่ยวว่าเป็น “กลุ่มบริการ” หรือ “กลุ่มธุรกิจ” น่าจะสอดคล้องกับความเป็นจริงมากกว่า กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว ส่วนหนึ่ง ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจภัตตาคาร ธุรกิจสถานบริการและสถานที่ตากอากาศ ธุรกิจการค้าสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยวหรือของที่ระลึก ธุรกิจการกีฬา ธุรกิจการจัดนิทรรศการ มหรสพ การประชุมสัมมนา งานออกร้าน การโฆษณาเผยแพร่ การขนส่งผู้โดยสาร เป็นต้น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยก็จัดอยู่ในข่ายที่มีลักษณะทำนองเดียวกัน

ธุรกิจ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของระบบเศรษฐกิจเสรีเช่นในกรณีของประเทศไทยแทบทั้งหมดเป็นธุรกิจเอกชน องค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว อาจจะเป็นสถานที่ กิจกรรมหรือมหรสพ อันเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวอาจเป็น โบราณสถานหรือ โบราณวัตถุอันเป็นสมบัติส่วนรวม พื้นที่สาธารณะที่เปิดต่อสาธารณะเต็มทีหรือเปิดอย่างมีเงื่อนไข ทรัพยากรการท่องเที่ยว บางรายการอาจอยู่ในเขตพื้นที่สงวนหรือเขตที่มีกฎหมายควบคุมเข้มงวด เช่น อุทยานแห่งชาติ หรือเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า นอกจากนี้ยังมีข้อกเว้นที่ธุรกิจในระบบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวบางรายการเป็นรัฐวิสาหกิจด้วย เช่น บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) การรถไฟแห่งประเทศไทย การท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย โรงแรมบางแห่ง เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม นโยบายของรัฐบาลในระยะหลังๆ นี้ ได้ให้น้ำหนักแก่การแปรรูปรัฐวิสาหกิจ (Privatization) อย่างเป็นล่ำเป็นสัน ในแง่ของผู้รับบริการ พฤติกรรมการให้บริการของรัฐวิสาหกิจไทยแทบจะไม่มีข้อแตกต่างจากการบริการของภาคธุรกิจเอกชน

องค์ประกอบของธุรกิจบริการ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมีความแตกต่างและหลากหลาย ในแง่ของขนาด ชีพความสามารถ ความเป็นมืออาชีพและประสิทธิภาพการให้บริการ เช่น โรงแรม ก็มีตั้งแต่โรงแรมในเครือขายธุรกิจนานาชาติระดับห้าดาว ไปจนถึงโรงแรมท้องถิ่นของคนไทย จนกระทั่งถึงเกสต์เฮาส์หรือชาวบ้านที่เป็กรับนักท่องเที่ยวแบบ โฮมสเตย์ บริการเช่ารถยนต์นั่งก็อาจมีธุรกิจที่เป็นสาขาของบริษัทนานาชาติ ในขณะที่เดียวกันมีบางบริษัทเปิดดำเนินการเองในท้องถิ่น เป็นต้น การประกอบธุรกิจบริการในระบบเศรษฐกิจเสรีย่อมยึดถือการแข่งขัน โดยเสรีเป็นกติกา

อย่างไรก็ดี นักธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยได้แสดงความพยายามที่จะสร้างความประสานสัมพันธ์ซึ่งกันและกันได้ในระดับหนึ่ง มัคคุเทศก์ในบางท้องถิ่นอาจรวมตัวเป็นสมาคม มัคคุเทศก์อาชีพ นักธุรกิจท่องเที่ยวหรือนักธุรกิจโรงแรมบางจังหวัดรวมตัวกันเป็นสมาคมหรือชมรมที่มีกิจกรรม หรือการประชุมพบปะกันเป็นครั้งคราว การสร้างเครือข่ายสายสัมพันธ์ในลักษณะเช่นนี้ย่อมเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวม โดยปกตินักธุรกิจไม่ว่าสาขาใดย่อมมีเวทีที่จะพบปะหารือกันอย่างเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นสมาคมไลออนส์ สโมสร โรตารี หอการค้า หรือสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวม ในกรณีนี้ถือได้ว่าบรรดานักธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยได้ประสบความสำเร็จในการก่อตั้งสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยขึ้นเป็นสถาบันอย่างเป็นทางการในระดับชาติโดยมีกฎหมายรองรับ

นับเป็นความสำเร็จที่มีลักษณะเป็นการบุกเบิกเป็นตัวอย่างแก่อุตสาหกรรมอื่นๆ สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนี้จะทำหน้าที่เป็นเวทีระดมข้อมูลข่าวสาร ความคิดอ่าน ข้อเสนอ หาข้อมูล หรือทางออกสำหรับข้อขัดแย้งใดๆ ที่จะพึงมีระหว่างธุรกิจบริการหลายสาขาและหลายพื้นที่ในอุตสาหกรรมเดียวกันนี้ เป็นความพยายามที่องค์การภาคเอกชนสร้างเวทีที่จะประสานงานกันเอง ก่อนที่จะอาศัยกลไกระดับต่างๆ ของภาครัฐยื่นมือเข้ามาประสานหรือจัดระเบียบอีกชั้นหนึ่ง

#### **แนวทางในการจัดทำแผนและยุทธศาสตร์การพัฒนากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**

การจัดทำแผนและยุทธศาสตร์การพัฒนากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการเริ่มต้นวางแนวทางการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หากการกำหนดแนวทางในแผนและยุทธศาสตร์การพัฒนากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวดำเนินไปอย่างรอบคอบ มีความครอบคลุมและไม่มองข้ามความหลากหลายของบริบทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกท่องเที่ยวแล้ว การบริหารจัดการกท่องเที่ยวก็จะช่วยส่งเสริมให้การท่องเที่ยวดำเนินไปบนทิศทางที่เอื้อประโยชน์สูงสุดแก่ประเทศชาติ

ในปัจจุบันได้แบ่งกลุ่มจังหวัดออกเป็น 19 กลุ่ม ซึ่งแนวทางดังกล่าวจะช่วยให้การวางแผนและยุทธศาสตร์การพัฒนากท่องเที่ยวมีการคำนึงถึงความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดต่างๆ ทั้งนี้องค์ประกอบของคณะกรรมการควรมีลักษณะความหลากหลายเช่นเดียวกับองค์ประกอบของ “คณะกรรมการกท่องเที่ยวแห่งชาติ”

#### **การพัฒนากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**

ในส่วนของภาคเอกชน ในปัจจุบันได้มีการจัดตั้งสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยขึ้นในระดับชาติ ดังนั้น เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งของการดำเนินงานและการประสานงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

แนวทางในการบริหารและพัฒนากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยการกำหนดโครงสร้างระบบการบูรณาการยังคงไม่มีความเพียงพอที่จะทำให้การบริหารดำเนินไปอย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพ หากขาดการจัดองค์กร โดยคำนึงถึงภารกิจต่างๆ ในการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากสภาพทั่วไปของการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีปัจจัยที่ต้องคำนึง 2 ประการสำคัญ คือ

1. สภาพความหลากหลายทางภารกิจ และสภาพความหลากหลายทางองค์กรที่เข้ามามีส่วนในการบริหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรภาครัฐ ทั้งในระบบหลักและระบบรองซึ่งต้องมีการจัดแบ่งหน้าที่ตามกลุ่มต่างๆ ให้ชัดเจน ทั้งนี้การจัดแบ่งกลุ่มภารกิจ ดังกล่าวจะช่วยหล่อหลอมอำนาจหน้าที่ที่มีวัตถุประสงค์เฉพาะของทั้งองค์กรภาครัฐ ในระบบหลักและระบบรองให้เข้ามาทำงานเป็นเนื้อเดียวกัน โดยคำนึงถึงกลุ่มภารกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตามการวางตำแหน่งของภาคส่วนอื่นๆ นอกเหนือจากองค์กรภาครัฐ คือ ภาคเอกชนและชุมชนท้องถิ่น

กลุ่มภารกิจต่างๆ มี ดังนี้

1. กลุ่มภารกิจด้านการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาด
2. กลุ่มภารกิจด้านการอนุรักษ์และพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว
3. กลุ่มภารกิจด้านการอนุรักษ์และพัฒนาศิลปวัฒนธรรม
4. กลุ่มภารกิจด้านการเป็นผู้ประกอบการ
5. กลุ่มภารกิจด้าน โครงสร้างพื้นฐาน
6. กลุ่มภารกิจเฉพาะกรณีพิเศษ

**ธรรมชาติของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญ**

1. เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้นในการผลิตบริการในอุตสาหกรรม
2. สินค้าทางการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย โดยมีทั้งสินค้าทางการท่องเที่ยวที่ขึ้นอยู่กับทรัพยากรที่เป็นลักษณะเฉพาะของประเทศนั้นๆ ซึ่ง ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม สินค้าทางการท่องเที่ยวที่มีได้ขึ้นกับทรัพยากรที่อยู่อยู่กับพื้นที่มาแต่ดั้งเดิม (Non Resource-Based Tourism) แต่เป็นกิจกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น
3. สินค้าทางการท่องเที่ยวประเภทเดียวกันของแต่ละประเทศจะมีความสามารถในการทดแทนกัน ในสายตาของผู้บริโภค ซึ่งในที่นี้หมายถึงผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวได้ในระดับหนึ่ง แต่ทดแทนกันไม่ได้ สมบูรณ์ ส่งผลให้แต่ละประเทศมีอำนาจในการกำหนดราคาของสินค้าการท่องเที่ยวของคนได้แตกต่างกัน ประกอบด้วยธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยตรง 3 ธุรกิจหลัก คือ

- 3.1 การจัดการเดินทางระหว่างประเทศ
- 3.2 ธุรกิจที่พัก
- 3.3 ธุรกิจนำเที่ยว

การบริหารจัดการและการพัฒนาเป็นความรับผิดชอบของภาครัฐ เช่น ในประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นผู้รับผิดชอบหลัก หรือมาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และสิงคโปร์ กระทรวงการท่องเที่ยว (Department of Tourism) เป็นผู้รับผิดชอบหลัก เป็นต้น โดยภาครัฐทำหน้าที่เพียงกำกับดูแลเท่านั้น



### **ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในอาเซียนและประเทศในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของภูมิภาคอาเซียนนั้น มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนเฉลี่ยประมาณ 44 ล้านคน ต่อปี โดยมาเลเซียเป็นประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนมากที่สุด คือกว่า 10 ล้านคนต่อปี รองลงมาได้แก่ไทย ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนกว่า 10 ล้านคน ต่อปี และสิงคโปร์ตามลำดับ ขณะที่ในส่วนของประเทศในกลุ่มอินโดจีนนั้น เนื่องจากการคมนาคมขนส่งและโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวยังไม่ได้รับการพัฒนามากนัก จึงยังคงมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนน้อย อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวของประเทศเหล่านี้ก็มีแนวโน้มการขยายตัวที่น่าจับตามอง

รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นนั้นมักเป็นการเดินทางท่องเที่ยวของคนจากภูมิภาคอาเซียนด้วยกันถึงร้อยละ 46.10 นักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ร้อยละ 18 และนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป ร้อยละ 11.70 ซึ่งลักษณะพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาคเดียวกันนี้ ตามการสำรวจขององค์การการค้าโลก ถือว่าเป็นแนวโน้มปกติของพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นทั่วโลก ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงจากการเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาคเดียวกันมากกว่าเดินทางท่องเที่ยวระหว่างภูมิภาค

### **จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย**

#### **จุดแข็ง**

1. ไทยมีสินค้าการท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรม
2. มีความสามารถในการแข่งขันด้านราคาเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน
3. เป็นศูนย์กลางทางภูมิศาสตร์ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
4. มีบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่ทักษะและความสามารถสูง

#### **จุดอ่อน**

1. การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของไทยยังไม่คำนึงถึงคุณภาพของสถานที่ท่องเที่ยวในระยะยาวเท่าที่ควร

2. การบังคับใช้กฎหมายในอุตสาหกรรมยังไม่จริงจัง ถึงแม้ว่าจะได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 แล้ว

3. การแข่งขันด้านราคาในประเทศมีสูง ทำให้เกิดการตัดราคากัน และลดต้นทุนในการดำเนินการของผู้ประกอบการ ส่งผลถึงคุณภาพในการบริการที่อยู่ในระดับต่ำกว่ามาตรฐาน

#### **โอกาส**

1. แนวโน้มของการท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวในภูมิภาคเป็นหลัก หากเปิดเสรีด้านการท่องเที่ยว จะทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

2. นักลงทุนไทยสามารถเข้าไปลงทุนในประเทศที่มีศักยภาพได้มากขึ้น ธุรกิจด้านการโรงแรม การท่องเที่ยว และสปา

### อุปสรรค

1. นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากขึ้น
2. ประเทศเพื่อนบ้านมีการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อให้มีศักยภาพในการแข่งขันสูงขึ้น
3. คุณภาพของนักท่องเที่ยวที่จะลดลง

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญ ในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เพราะนอกจากจะสร้างรายได้โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าบริการรวมของประเทศแล้วยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจต่อเนื่อง อาทิ โรงแรม และที่พัก ภัตตาคารร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง ซึ่งก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น รวมทั้งสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศในรูปเงินตราต่างประเทศปีละหลายแสนล้านบาท และนอกจากนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมโดยมีสัดส่วนร้อยละ 4.8 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

จากสถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวของไทย รวมทั้งการส่งเสริมใน โครงการต่างๆ ของภาครัฐเป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้เศรษฐกิจไทย ด้านการท่องเที่ยวไทยปรับตัวดีขึ้นนั้น ถือได้ว่าเป็นนิมิตหมายที่ดีสำหรับผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้งธุรกิจทัวร์ ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจสปาหรือนวดแผนโบราณ และธุรกิจการค้าของที่ระลึก และสินค้าพื้นเมือง โดยเฉพาะสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ที่มีอยู่เป็นจำนวนมากทั่วทุกภูมิภาคของประเทศมีโอกาสเติบโตมากขึ้น

การท่องเที่ยวเป็นเส้นทางลัดไปสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจ ประเทศที่กำลังพัฒนา หลายประเทศ รวมทั้งประเทศสังคมนิยมที่เริ่มเปิดประเทศ เช่น ในอินโดจีนและยุโรปตะวันออก ต่างมุ่งหวังให้การท่องเที่ยวเป็นภาคบุกเบิกที่จะนำผลประโยชน์มาสู่ระบบเศรษฐกิจด้วยการลงทุนที่ไม่สูงนัก โดยหวังว่าการท่องเที่ยวจะดึงดูดเงินตราต่างประเทศทำให้คนในท้องถิ่นมีงานทำและมีรายได้

ประเทศไทยก็อาศัยการท่องเที่ยวเป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจ ประเทศไทยประสบความสำเร็จทางการตลาดอย่างงดงาม จนเป็นที่รู้จักในฐานะ “สยามเมืองยิ้ม” และกลายเป็นสถานพักผ่อนที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของโลก

การที่จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงเช่นนี้ จึงทำให้ประเทศไทยได้รับการขนานนามว่าเป็นสเปนแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แต่ถ้าเราลองจินตนาการถึงสภาพการจราจรในกรุงเทพฯ ที่จะต้องรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนถึง 40 ล้านคน แล้ว ก็คงเห็นได้ชัดว่าเป็นไปไม่ได้ นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาถึงสภาพเทคโนโลยีและขีดความสามารถในการรองรับบริการทางด้านสื่อสาร โทรคมนาคม และการเดินทาง ในปัจจุบันจะเห็นเช่นเดียวกันว่าเป้าหมายการเป็นสเปนแห่งตะวันออกเฉียงใต้อีกห่างไกล แต่ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะไม่สามารถเป็นสเปนแห่งตะวันออก ประเทศไทยก็สามารถเป็นจุดท่องเที่ยวที่นิยมสูงสุดในภูมิภาคนี้ได้ ในปี 2533-2534 INTRAMAR ได้สัมภาษณ์บริษัทนำเที่ยว 1,450 บริษัท ใน 40 เมืองใหญ่ใน 26 ประเทศทั่วโลก พบว่าประเทศไทยจัดอยู่ในอันดับหนึ่งในประเภท

แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความอบอุ่นและมีมิตรภาพต่อนักท่องเที่ยว ที่พักราคาย่อมเยาและชีวิตราตรีน่าสนใจ ประเทศไทยจัดอยู่ในอันดับที่สี่ในประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่มีอาหารดี และเป็นแหล่งมีชื่อเสียงจากฝรั่งเศส อิตาลี และฮ่องกง ถึงแม้ประเทศไทยจะไม่คิดอันดับในเรื่องทิวทัศน์สวยงามในกลุ่ม 14 ประเทศ ในเอเชียแปซิฟิก แต่เมื่อรวมจุดสนใจและคุณภาพบริการทุกประเภทแล้ว (Overall Appeal) ประเทศไทยก็จัดอยู่ในอันดับสองรองจากออสเตรเลีย แต่ที่ร้ายที่สุดคือ ประเทศไทยจัดอยู่ในอันดับสองรองจากอินเดียในด้านความไว้อาณัติและมลพิษที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ

สำหรับประเทศไทยก็จะได้ประโยชน์จากการเปิดประเทศของกลุ่มอินโดจีน เพราะจะเป็นประตูสู่อินโดจีน ถึงแม้ว่าภาพการท่องเที่ยวในอนาคตของไทยจะดูสดใส ก็มีได้หมายความว่า จะไม่มีคู่แข่ง ในทางตรงกันข้าม การแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียน จะเป็นไปอย่างรุนแรง หลังจากที่ไทยประสบความสำเร็จในปีการท่องเที่ยว ไทยในปี 2530 ประเทศมาเลเซียก็รณรงค์ให้ปี 2533 เป็นปีการท่องเที่ยวมาเลเซียและอินโดนีเซียก็ประกาศให้ปี 2534 เป็นปีการท่องเที่ยวอินโดนีเซีย โดยปรับนโยบายทั้งในระดับมหภาคและระดับอุตสาหกรรม เพื่อลดต้นทุนและเปิดให้มีการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น รวมทั้งขจัดความล่าช้าต่างๆ ของระเบียบพิธีการเข้าเมือง ประเทศสิงคโปร์ก็ได้วางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว โดยใช้งบประมาณ 1 พันล้านเหรียญสิงคโปร์ ในการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการท่องเที่ยว

ประเทศไทยจะยังคงได้เปรียบกว่าประเทศอื่นๆ ในอาเซียน เนื่องจากมีความสามารถในการรองรับด้านที่พักมากกว่า สิงคโปร์เริ่มประสบปัญหาต้นทุนสูง โดยเฉพาะค่าแรงงาน อินโดนีเซียก็จะมีปัญหาในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เพราะต้นทุนสูงและขาดประสิทธิภาพเชิงสากลในการนำเสนอสินค้าท่องเที่ยว ส่วนมาเลเซียก็จะมีปัญหาห้องพักไม่เพียงพอ ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ ดังนั้นหากประเทศไทยมีระบบการ จัดการที่ดี รวมทั้งการบริหารทางการเมือง การปกครอง ประเทศไทยจะยังคงความเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมสูงสุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

## 2.6 ยุทธศาสตร์การพัฒนาในแผนเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10

ยุทธศาสตร์การพัฒนาในแผนเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตลอดทั้งนโยบายของรัฐบาลที่กำหนด มาตามวาระต่างๆ แผนยุทธศาสตร์และนโยบายมีที่มาจากทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยว นโยบายของรัฐบาลในเรื่อง การท่องเที่ยว นโยบายข้างเคียงอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น นโยบายผู้ว่าราชการจังหวัดบูรณาการ เพื่อการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์ และนโยบายต่างๆ ที่กำหนดขึ้นส่งผลต่อการบริหารการทำงานของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง จากการศึกษาวิจัยพบว่าภาคส่วนที่มีความสำคัญที่สุดในการรับเอาแผนยุทธศาสตร์และนโยบายต่างๆ ไปปฏิบัติ คือ องค์กรภาครัฐ องค์กรเอกชนและชุมชนท้องถิ่น

ในช่วงปีพ.ศ. 2545 จนถึงปัจจุบัน รัฐบาลให้ความสนใจและพยายามปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม และการบริหารการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ซึ่งอาจถือได้ว่าปีพ.ศ. 2545 เป็นปีแห่งการปฏิรูปโครงสร้าง

และการบริหารการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปฏิรูประบบราชการที่ได้มีการจัดตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รวมทั้งแบ่งแยกประเภทภารกิจระหว่างกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬากับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ไม่ให้มีอำนาจและหน้าที่ทับซ้อนกัน แต่ต้องทำงานควบคู่กันและประสานกันอย่างเป็นเอกภาพ

## 2.7 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน

ชุมชน หมายถึง คนจำนวนหนึ่งที่มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีความพยายามทำอะไรร่วมกัน มีการเรียนรู้ร่วมกันในการกระทำซึ่งรวมทั้งมีการติดต่อสื่อสารกันด้วย ซึ่งการรวมตัวกันนั้นต้องพิจารณาถึงวัตถุประสงค์ กิจกรรมการมีส่วนร่วมของคนในกลุ่มนั้นๆ องค์กรชุมชนหรือองค์กรประชาชนนับเป็นกลไกที่สำคัญยิ่งในการพัฒนา

สรุปได้ว่า องค์กรชุมชนเป็นเครื่องมือในการขยายฐานการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน หรือพื้นที่ของตน สังคมที่เข้มแข็งหรือชุมชนที่เข้มแข็ง จะเป็นรากฐานในการพัฒนาทุกๆ ด้าน ทำให้เศรษฐกิจ การเมือง การศึกษา และศิลปกรรมดีไปด้วย

ปัจจุบัน การพัฒนาสังคมจึงมุ่งไปที่การสร้างเสริมความเข้มแข็งของชุมชนซึ่ง ถ้าหากทำได้จะทำให้ประเทศของเรามีทุนทางสังคมสูง คือ มีความเป็นกลุ่มก้อนทางสังคม การศึกษาดี มีวัฒนธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริต มีความรับผิดชอบต่อส่วนรวมและมีประสิทธิภาพในการทำงานสูง มีส่วนร่วมในการทำงาน มีความตื่นตัวที่จะร่วมกันคิดร่วม กันทำ ร่วมกันตัดสินใจ แก้ไขปัญหาและพัฒนาคุณภาพชีวิตด้วยตัวเอง

การมีส่วนร่วมของชุมชนคือหัวใจของการพัฒนา ซึ่งถือว่าเป็นพลังของชุมชนและเชื่อมั่นว่าประชาชนจะสามารถแก้ปัญหาได้ด้วยตัวเอง จากแนวคิดการพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรชุมชน นับได้ว่ามีความสอดคล้องกับหัวใจของการพัฒนา คือการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยมีเป้าหมายที่ต้องการให้ชุมชนมีความเข้มแข็งสามารถแก้ปัญหาและพึ่งพาตนเองได้

การพัฒนาโครงสร้างในชุมชน ได้แก่

1. กำลังคน หมายถึง กลุ่มคนที่เป็นแกนนำในการพัฒนา
2. กองทุนหรืองบประมาณ หมายถึง การระดมทุนจากภายในและภายนอก มาเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการพัฒนาต่างๆ
3. กรรมการหรือการบริหารจัดการ หมายถึง คณะกรรมการหรือการบริหารจัดการเพื่อพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน

**กระบวนการเรียนรู้ของชุมชน**

กระบวนการเรียนรู้ของชุมชน หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดความรู้ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญที่จะ

ทำให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในการพัฒนา เพื่อให้เกิดกระบวนการ เรียนรู้ในชุมชน มีการดำเนินงาน ดังนี้

- มีการรวบรวมแหล่งความรู้และใช้ประโยชน์จากแหล่งความรู้ในชุมชน ซึ่งแหล่งความรู้ในที่นี้หมายถึง บุคคลหรือสถานที่ที่รวบรวมความรู้ในสาขาต่างๆ ในชุมชน เช่น หมอพื้นบ้าน ช่างราชการ ที่เกษียณอายุ ผู้รู้ในสาขาต่างๆ ศูนย์ข้อมูล หรือ โรงเรียน

- มีกระบวนการถ่ายทอดความรู้ในหมู่บ้าน ในลักษณะต่างๆ เช่น การจัดทำเป็นเอกสารประชาสัมพันธ์ การออกหอกระจายข่าว การถ่ายทอดความรู้ ภูมิปัญญาพื้นบ้าน แก่ลูกหลาน การจับกลุ่มพูดคุย แลกเปลี่ยนประสบการณ์ การอบรมสัมมนา หรือจัดกิจกรรมรณรงค์ให้ความรู้แก่คนกลุ่มต่างๆ ในชุมชน เป็นต้น

#### **การมีส่วนร่วมของชุมชน**

การมีส่วนร่วมของชุมชนถือเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนางานต่างๆ ในการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนอาจพิจารณาได้จากลักษณะ ดังนี้

- กลุ่มบุคคลที่เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ควรมีความหลากหลาย เช่น กลุ่มแม่บ้าน ผู้สูงอายุ เด็ก และเยาวชน อสม. ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่ของรัฐ เป็นต้น

- สัดส่วนของประชาชนที่เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน แต่ละครั้งควรมีมากกว่า 3 ใน 4 ของกลุ่มเป้าหมายของกิจกรรมนั้นๆ

- ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินกิจกรรม จากการมีส่วนร่วมตั้งแต่การร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมประเมิน ตรวจสอบ และร่วมรับผิดชอบคือ ทั้งรับผลประโยชน์และโทษที่เกิดขึ้น เป็นต้น

#### **คณะกรรมการชุมชนกับการพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชน**

คณะกรรมการชุมชนถือว่าเป็นผู้นำที่สำคัญในชุมชน เป็นบุคคลที่ได้รับการพัฒนาให้เป็นผู้ดำเนินการพัฒนาชุมชน มีความรู้ความสามารถในการคิดค้นหาปัญหา วิเคราะห์ วางแผน แก้ไขดำเนินการ และประเมินผลได้ ซึ่งสามารถมองภาพชุมชนได้ชัดเจนแล้วนำไปใช้เป็นข้อมูลในการค้นหาจุดอ่อนหรือส่วนขาดที่ต้องพัฒนาให้ชัดเจนยิ่งขึ้น หากผู้นำมีความรู้ความเข้าใจ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาชุมชนตนเองได้แล้ว ย่อมทำให้ชุมชนนั้นสามารถพึ่งพาตนเองได้ เป็นชุมชนที่เข้มแข็ง มั่นคงน่าอยู่ และยั่งยืน

การพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง ต้องส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมของประชาชน ในชุมชน (Development Participation) โดยชุมชนและเพื่อชุมชน โดยการจัดตั้งเป็นชุมชนย่อยขึ้นมา เพื่อนำไปสู่ชุมชนที่เข้มแข็ง ชุมชนที่พึ่งตนเอง ชุมชนที่สามารถแก้ไขปัญหาวิกฤติต่างๆ ได้ โดยชุมชนเอง ทั้งนี้ ภาครัฐจะสนับสนุนในส่วนที่ยังเกินขีดความสามารถของชุมชนต่อไป

## 2.8 การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

“เมืองสามโลก” ตั้งขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยาในแผ่นดินของสมเด็จพระเจ้าปราสาททอง เมื่อปี พ.ศ. 2358 พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยได้เสด็จประพาสเมืองสามโลก มีพสกนิกรจำนวนมากสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณ นำดอกบัวหลวงขึ้นทูลเกล้าฯ ถวาย จึงได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานนามเมืองใหม่เพื่อให้เป็นสิริมงคลว่า “ปทุมธานี” และต่อมาพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงเปลี่ยนการสะกดนามจังหวัดเป็น “ปทุมธานี” ตัวเมืองปทุมธานีอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ไปทางทิศเหนือประมาณ 46 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 1,565 ตารางกิโลเมตร แบ่งการปกครองออกเป็น 7 อำเภอ คือ อำเภอเมืองปทุมธานี สามโลก ลาดหลุมแก้ว ธัญบุรี หนองเสือ คลองหลวง และลำลูกกา

### อาณาเขต

ทิศเหนือ ติดกับจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและจังหวัดสระบุรี

ทิศใต้ ติดกับจังหวัดนนทบุรีและกรุงเทพมหานคร

ทิศตะวันออก ติดกับจังหวัดนครนายกและจังหวัดฉะเชิงเทรา

ทิศตะวันตก ติดกับจังหวัดนนทบุรี

### การเดินทาง

**รถยนต์** จากกรุงเทพฯ สามารถเดินทางไปยังจังหวัดปทุมธานีได้ 3 เส้นทาง ดังนี้

1. กรุงเทพฯ-บางเขน-รังสิต-ปทุมธานี
2. กรุงเทพฯ-นนทบุรี-ปากเกร็ด-ปทุมธานี
3. กรุงเทพฯ-บางใหญ่-บางบัวทอง-ลาดหลุมแก้ว-ปทุมธานี

### รถโดยสารประจำทาง

1. รถธรรมดาสาย 33 สนามหลวง-ปทุมธานี
2. รถธรรมดาสาย 90 รัชโยธิน-ท่าน้ำปทุมธานี
3. รถธรรมดาสาย 29 34 39 59 95 รถปรับอากาศสาย 185 503 510 513 520 522

ปอ. 29 ปอ. 34 และปอ. 39 ลงรถที่รังสิตแล้วต่อรถสายรังสิต-ปทุมธานี

4. รถร่วมบริการสาย 104 (สถานีขนส่งจตุจักร-ปากเกร็ด) หรือสาย 32 (วัดโพธิ์-ปากเกร็ด) แล้วต่อรถ สาย 33 และ 90 จากปากเกร็ด ไปจังหวัดปทุมธานี

**รถไฟ** จากสถานีหัวลำโพง สามเสน บางซื่อ บางเขน หลักสี่ คอนเมือง เดินทางโดยรถไฟไปลงที่สถานีรังสิต แล้วต่อรถโดยสารจากสายรังสิต-ปทุมธานี

**เรือ** จากกรุงเทพฯ โดยสารเรือควนเจ้าพระยาไปลงที่ท่าน้ำนนทบุรีแล้วต่อรถสายนนทบุรี-ปทุมธานี

### ระยะทางจากตัวเมืองปทุมธานีไปยังอำเภอต่างๆ

อำเภอสามโคก 5 กิโลเมตร

อำเภอลาดหลุมแก้ว 16 กิโลเมตร

อำเภอธัญบุรี 34 กิโลเมตร

อำเภอหนองเสือ 47 กิโลเมตร

อำเภอลองหลวง 22 กิโลเมตร

อำเภอลำลูกกา 32 กิโลเมตร

### ระยะทางจากจังหวัดปทุมธานีไปยังจังหวัดใกล้เคียง

จังหวัดนนทบุรี 26 กิโลเมตร

จังหวัดสุพรรณบุรี 80 กิโลเมตร

จังหวัดฉะเชิงเทรา 89 กิโลเมตร

จังหวัดนครนายก 101 กิโลเมตร

### แหล่งท่องเที่ยวอำเภอสามโคก

วัดสิงห์ ตั้งอยู่บนฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา การเดินทางใช้ถนนสายปทุมธานี-สามโคก ประมาณ 3 กิโลเมตร จะมีทางแยกขวาเข้าวัด เป็นวัดเก่าแก่ซึ่งยังปรากฏเจดีย์ โบสถ์ วิหารเก่าแก่ ควรค่าแก่การศึกษาด้านประวัติศาสตร์โบราณคดี พระพุทธรูปสำคัญของวัด คือ หลวงพ่อโต พระพุทธรูปลงรักปิดทอง ปางมารวิชัย สมัยกรุงศรีอยุธยา พระพุทธรูปไสยาสน์ (หลวงพ่อบุญ)

นอกจากนี้ยังมีโกศบรรพบุรุษหลวงพ่อบุญกราย ซึ่งเป็นพระมอญรุ่นลงมาจำพรรษาที่วัดสิงห์ บนกุฏิของวัดมีพิพิธภัณฑ์เก็บรักษาของเก่า ได้แก่ คู่สามโคก แทนบรรทมของพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย เมื่อครั้งเสด็จประพาสเมืองสามโคก โบราณอักษรมอญคู่พระธรรมและพระพุทธรูป ด้านหน้าวัดสิงห์มีการขุดค้นพบโบราณสถานเตาโอ่งอ่าง ซึ่งถือเป็นหลักฐานของการตั้งชุมชนมอญในสมัยแรกในบริเวณนี้นับแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา

คู่สามโคก เป็นภาชนะบรรจุที่ใหญ่ที่สุดซึ่งผลิตจากเตาแห่งนี้ ต่อมาภายหลังชาวรามัญเมืองสามโคกได้เล็กร้างการผลิตไปโดยย้ายการผลิตไปที่เกาะเกร็ด เมืองนนทบุรี ซึ่งได้ขยายการผลิตคู่สามโคกขึ้นเป็นจำนวนมากและได้นำไปขายขึ้นล่องตามลำน้ำไปทั่วทุกภาค ก่อนที่จะถูกแทนที่ด้วยโอ่งลายมังกรจากราชบุรี

ลักษณะคู่สามโคกมีเนื้อดินสีแดงส้มเหมือนสีอิฐหรือสีมันปู เนื้อภาชนะค่อนข้างหนา รูปทรงปากโอ่งแคบ คอโอ่งจะติดกับไหล่ มีลายขีดเป็นเส้นคู่ตรงไหล่ ตรงกลางค้อมป้องกันรูปทรงเคี้ยวป้อม ปากและกันโอ่งมีขนาดใกล้เคียงกัน ปัจจุบันหาคู่สามโคกของเก่าได้ที่ วัดสิงห์ วัดสามโคก และคู่สามโคกขนาดใหญ่ที่พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพระนครที่กรุงเทพฯ

**วัดเจติยทัตถ** ตั้งอยู่บนฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา ตำบลคลองควาย การเดินทางใช้เส้นทางสายปทุมธานี-สาม โลก ประมาณ 8 กิโลเมตรและแยกขวาเข้าวัดอีกประมาณ 500 เมตร ในวัดนี้มีเจดีย์ทรงรามัญ สร้างในสมัยรัตน โกสินทร์โดยชาวมอญ เป็นสถาปัตยกรรมมอญที่เลียนแบบมาจากเจดีย์จัตตะกองของพม่าและมีพระพุทธรูปปางมารวิชัย สร้างขึ้นด้วยหยกขาวเป็นที่เคารพสักการะของชาวไทยรามัญ

**วัดศาลาแดงเหนือ** ตั้งอยู่หมู่ที่ 2 ตำบลเชียงรากน้อย อู่อิมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาฝั่งตะวันออก มีศาลาการเปรียญซึ่งสร้างเมื่อปี พ.ศ. 2417 เดิมเป็น โรง โขนหลวงที่กรุงเทพฯ บนศาลามีตู้พระพุทธรูปดัดแปลงจากธรรมาสถ์ลายจำหลักไม้และยังมีการสวดมนต์ภาซามอญทุกวันเวลา 16.00 น. บนภูมิมิเครื่องกรองน้ำสมัยโบราณที่เกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้านซึ่งหาชมได้ยาก ชุมชนรอบวัดศาลาแดงเป็นชุมชนเล็กๆ ริมแม่น้ำเจ้าพระยาที่มีการรักษา ความสะอาดของหมู่บ้านได้อย่างดีเยี่ยมจนเป็นหมู่บ้านที่ชนะเลิศการประกวด หมู่บ้านอนุรักษ์แม่น้ำเจ้าพระยาดีเด่นของกระทรวงสาธารณสุขปี พ.ศ. 2541

**วัดพลับสุรวาส** ตั้งอยู่ที่ตำบลเชียงรากน้อย ห่างจากจังหวัดปทุมธานีประมาณ 8 กิโลเมตร วัดนี้มีอุโบสถลักษณะฐานเป็นรูปท้องเรือสำเภา พระประธานในอุโบสถสร้างด้วยศิลาแดง และเจดีย์เหลี่ยมย่อมุมไม้สิบสอง

**วัดสองพี่น้อง** เป็นวัดรามัญแบบมหานิกาย ที่ริมน้ำประคิษฐานพระพุทธรูปหินทราย ศิลปะอู่ทอง หลวงพ่อเพชร และหลวงพ่อพลอย ว่ากันว่าเป็นพระพุทธรูปที่ศักดิ์สิทธิ์มาก ผู้คนที่มาค้าขายในบริเวณนี้จะนำน้ำในแม่น้ำทางด้านหน้า มาประพรม สิ้นค้า เชื่อว่าจะทำให้ทำมาค้าคล่อง ตามตำนานเล่าว่าสมัยก่อนแถบนี้ไม่มีผู้คนอยู่อาศัย เพราะพื้นดินเป็นลานเท เวลาใครมาค้าขายจะไม่มีบ้านพักอาศัย มีแต่โจรสองพี่น้องอาศัยอยู่ วันหนึ่งพ่อแม่ของ โจรสองพี่น้องมาค้าขายแถวนี้ พอคกตึกโจรลอบไปปล้นแล้วฆ่า โดยที่ไม่รู้ว่าเป็นพ่อแม่ พอรุ่งเช้าจึงรู้ว่าฆ่าพ่อแม่ของตัวเอง จึงสำนึกบาปและนำเงินทั้งหมดไปสร้างวัดสองพี่น้อง

### เทศกาลงานประเพณี

**เป็งสงกรานต์** เป็นประเพณีสงกรานต์ ของชาวไทยรามัญ (มอญ) มีการทำข้าวแช่โดยนำข้าวสุกแช่ลงในน้ำเย็นลอยดอกมะลิพร้อมกับจัดอาหารคาว หวาน จัดเป็นสำรับแล้วนำออกขบวนแห่ไปถวายพระและญาติผู้ใหญ่ที่เคารพนับถือในวันสงกรานต์ พอคอนบ่ายก็จะมีการก่อพระทรายและร่วมปลี่ยนกปลี่ยนปลาน้ำหอมไปสรงน้ำพระขอพรจากพระและยกขบวนไปรดน้ำอวยพรผู้ใหญ่ตามขนบธรรมเนียมประเพณีที่ได้ยึดถือกระทำกันมา

**การเล่นสะบ้า** เป็นการละเล่นพื้นบ้านของชาวมอญจัดขึ้นในวันสงกรานต์ คอนบ่ายๆ หมู่สาวชาวบ้านพบปะสมาคมกันอย่างใกล้ชิด พวกผู้ใหญ่ทั้งสองฝ่ายจะเปิดโอกาสให้ลูกหลานของคนแต่งกายให้สวยงามเป็นพิเศษ มาชุมนุมเล่นทอยลูกสะบ้ากัน สำหรับลูกสะบ้าที่ทำจากแก่น ไม้ประดู่หรือไม้มะค่า มีลักษณะเป็นรูปจานทรงกลมขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 4-5 นิ้ว การทอยลูกสะบ้า ผู้เล่นจะทอยไปยังหลักซึ่งอยู่ห่างจากที่ทอยประมาณ 13 วาให้ล้มลง



**มอญรำ** เป็นประเพณีของชาวมอญโบราณตั้งแต่สมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช มีการใช้ปี่พาทย์มอญเล่นประกอบการรำและการร้อง ใช้หญิงสาวจำนวน 8-12 คนขึ้นไปรำในงานพิธีมงคล โดยจะแต่งกายชุดของชาวมอญห่มสไบเฉียงเสื้อแขนยาวทรงกระบอกกลมเกล้าผมมวยรัดด้วยดอกมะลิ ทัดดอกไม้สดข้างหูและสวม กำไลที่ข้อเท้า เว้นแต่พิธีศพจึงจะแต่งชุดจีนสีดำเข้มห่มสไบสีขาว ปัจจุบันการแสดงมอญรำยังนิยมใช้แสดงในงานต้อนรับแขกและงานศพของผู้มีเกียรติ

**ทะเลมอญ** เป็นการละเล่นพื้นเมืองของหนุ่มสาวชาวมอญ มีลักษณะคล้ายหมอลำของภาคอีสานหรือลำตัดของคนไทยภาคกลาง มีการร้องเพลงเกี่ยวพาราตีต่อปากต่อคำกัน เครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบในการเล่นก็มีไวโอลินและซอทะเลมอญใช้เล่นได้ทั่วไปในทุกโอกาสที่ต้องการความสนุกสนาน ครึกครื้นไม่จำเป็นต้องเป็นงานพิธี

**การรำพาข้าวสาร** เป็นประเพณีของชาวมอญ นิยมทำกันหลังจากการออกพรรษา เป็นช่วงการทอดกฐินและทอดผ้าป่า โดยคณะผู้รำพาข้าวสารจะพายเรือไปขอรับบริจาคข้าวสาร เงินทอง และสิ่งของแล้วนำไปร่วมในการทอดกฐิน

**การศกบาตรพระร้อย** เป็นประเพณีของชาวมอญที่ทำในเทศกาลออกพรรษา ด้วยการ นำอาหารคาว-หวานลงเรือมาจอดเรียงรายริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาเพื่อรดศกบาตร

**การจุดลูกหนู** เป็นประเพณีเผาศพพระภิกษุ-สามเณร ใช้ดอกไม้เพลิงเป็นฉนวน ร้อยด้วยเชือกฉนวน เมื่อจุดไฟไฟจะวิ่งตามฉนวน ไปยังดอกไม้เพลิงดอกไม้เพลิงจะวิ่งไปจุดไฟที่เมรุ

## 2.9 การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการสร้างรายได้ประชาชาติไทย กล่าวคือ เป็นแหล่งที่มาของรายได้เข้าประเทศในรูปแบบของเงินตราสกุลต่างๆ ที่ได้จากการประกอบธุรกิจ และการบริการท่องเที่ยว ในช่วงเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมา การเติบโตของการท่องเที่ยวไทยได้สร้างโอกาสในการทำงานทั้งในภาคอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและภาคอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอย่างทั่วถึง และยังช่วยให้เกิดการกระจายรายได้ในขอบเขตที่กว้างขวางขึ้นด้วย ด้วยเหตุนี้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงขยายตัวเติบโตอย่างไม่หยุดยั้ง

ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อคนไทยจำนวนมากและกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทยไปแล้ว ในหลายจังหวัดที่มีศักยภาพสูงสำหรับการท่องเที่ยว ได้มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของการท่องเที่ยว ปรับปรุงระบบสาธารณูปโภคและสวัสดิการต่างๆ ช่วยยกระดับมาตรฐานชีวิตของคนในท้องถิ่นอย่างทั่วถึง แม้แต่ในท้องถิ่นที่เคยทุรกันดาร ไม่มีถนนหนทางหรือไฟฟ้า น้ำประปา การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวก็ได้ช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของชุมชนในท้องถิ่นนั้นๆ นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังมีบทบาท สำคัญในการขยายโอกาสทางการศึกษาแก่เยาวชนไทยและสาธารณชน โดยทั่วไปด้วย

การพัฒนาและการเติบโตของการท่องเที่ยว จึงนับว่ามีคุณภาพการต่อการปลูกจิตสำนึกและความ

ชาวซึ่งในคุณค่าของสมบัติทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของชาติ ซึ่งมีอาจประเมินค่าเป็นตัวเลขใดๆ ได้ มรดกของชาติเหล่านี้ได้รับการรักษาและสืบทอดมาหลายชั่วคน จนกลายเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นที่ไม่สามารถหาสิ่งใดมาเปรียบเทียบ

ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นเครื่องมือที่ช่วยกระตุ้นจิตสำนึกในการพิทักษ์รักษาแหล่งท่องเที่ยว ทางธรรมชาติของประเทศไทย การยกระดับความเข้าใจที่มีต่อการท่องเที่ยวจะสามารถช่วยยกระดับ จิตสำนึกที่มีต่อสิ่งแวดล้อม และขยายผลไปสู่ความร่วมมือในการกำหนดมาตรการเชิงการอนุรักษ์ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในที่สุด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.)

ในส่วนของประเทศไทยได้พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว โดยกำหนดให้การส่งเสริม การท่องเที่ยวเป็นยุทธวิธีหนึ่งในการพัฒนาประเทศ และได้กำหนดแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่แผน ๑ ฉบับที่ 4 จนถึงปัจจุบัน โดย กำหนดเป้าหมายให้มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 8 ต่อปีและรายได้ต้องมีอัตราเฉลี่ย เพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 13 ต่อปี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540)

ผลสืบเนื่องจากการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ทำให้การ ท่องเที่ยวของประเทศไทยได้เจริญเฟื่องฟูรุดหน้าขึ้นมาตามลำดับ ทำให้เกิดรายได้หมุนเวียนมูลค่านับ แสนล้านบาท ซึ่งส่งผลต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ รวมทั้งผลกระทบที่เกิดขึ้นทางสิ่งแวดล้อม ด้านกายภาพ สังคม และวัฒนธรรม ได้แก่ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ คือ ปัญหาความ เสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาการบุกรุกที่สาธารณประโยชน์ ปัญหาการก่อสร้างโครงสร้าง พื้นฐาน และผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมคือปัญหาเพศพาณิชย์ ปัญหาอาชญากรรม ปัญหา ค่าครองชีพ ปัญหาหกลกวางเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2539)

## 2.10 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

### วิสัยทัศน์

1. จังหวัดปทุมธานีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน มีคุณภาพและได้มาตรฐาน  
พันธกิจ

1. สร้าง ส่งเสริม อนุรักษ์ พัฒนา หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน
2. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและเสริมสร้างขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวให้แก่ทุกภาคส่วน
3. พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวให้เป็นเครื่องมือในการสร้างรายได้ให้แก่ประชาชน
4. พัฒนาระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
5. สร้างความมั่นใจ อำนวยความสะดวกและให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว
6. พัฒนาร่วมมือด้านการท่องเที่ยว

### ประเด็นยุทธศาสตร์

1. การขจัดความยากจนระดับชุมชนด้วยการท่องเที่ยว
2. การปรับโครงสร้างการท่องเที่ยวให้สมดุลและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
3. การต่างประเทศและเศรษฐกิจระหว่างประเทศด้านการท่องเที่ยว

#### เป้าประสงค์

1. ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยว
2. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องระหว่างส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น
3. พัฒนามาตรฐานในด้านการบริการ (40%) ความปลอดภัย (20%) และการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (40%)
4. พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อภารกิจทั้ง 3 ด้าน
5. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนและสมดุลกับสภาพแวดล้อม

#### กลยุทธ์

1. พัฒนาขีดความสามารถของชุมชน และองค์กรปกครองท้องถิ่นให้สามารถพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการท่องเที่ยวเพื่อการสร้างรายได้
2. สร้าง ส่งเสริม อนุรักษ์ฟื้นฟู หรือ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืนมีคุณภาพและได้มาตรฐานสากล
3. พัฒนาระดับมาตรฐานการให้บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว
4. ผลักดันความร่วมมือทางเศรษฐกิจเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว
6. สร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวในการบริหารวิกฤติ อำนาจความสะดวกและให้ความปลอดภัย

## 2. 11 การจัดการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

จังหวัดปทุมธานีมีนโยบายที่จะรับนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นที่มีการท่องเที่ยวในปัจจุบัน โดยใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน เพื่อเปิด โอกาสให้คนรุ่นต่อไปได้มีทรัพยากรเพียงพอ เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยใช้หลักการการจัดการการท่องเที่ยว ดังนี้

1. นโยบายการวางแผนและการจัดการด้านการแก้ปัญหาด้านการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรมนุษย์ที่ไม่ถูกต้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
2. มีการกำหนดขอบเขตของการขยายตัวและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายในขอบเขตที่กำหนดไว้
3. มีความคิดด้านการพัฒนาระยะยาว
4. มีความห่วงใยด้านการจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน และต้องห่วงใยด้านการจัดการเชิงเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและการเมืองอย่างยั่งยืน

5. ต้องให้ความสำคัญกับการสนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบันและมนุษย์ในยุคหน้า โดยจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับความเสมอภาคในการกระจายรายได้
6. ต้องให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้มีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว โดยให้ทุกฝ่ายร่วมรับรู้เกี่ยวกับเนื้อหา的发展方向พัฒนาที่ยั่งยืน
7. นโยบายและการจัดการทั้งหมดต้องมุ่งเป้าประสงค์ร่วมกัน ไปยังการพัฒนาที่ยั่งยืน นำความคิดสู่การปฏิบัติการในอุตสาหกรรม ถึงแม้ว่าในความเป็นจริงจะมีข้อจำกัดเพื่อเข้าสู่เป้าหมายในระยะสั้นและระยะกลาง
8. ใช้กลไกและวิธีการจัดการของภาคผู้ประกอบการ ภาครัฐ และองค์กรต่างๆ ตลอดจนค่านิยมและทัศนคติของลูกค้ำ เพื่อปรับแนวคิดเพื่อความยั่งยืนสู่การปฏิบัติการ
9. ปัญหาการแข่งขันชิงกันใช้ทรัพยากร ต้องมีการตกลงร่วมกันและออมชอมกับทุกฝ่าย
10. สร้างสมดุลระหว่างการลงทุนและการรับประโยชน์จากการพัฒนา และควรพิจารณาในรายละเอียดว่าแต่ละกลุ่มจะได้หรือเสียผลประโยชน์อย่างไร

#### **แนวคิดเชิงวิพากษ์ต่อการจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี**

1. สนองเป้าการพัฒนาการท่องเที่ยวในภาพรวม
2. สนองนโยบายการพัฒนาในระดับชาติและระดับท้องถิ่น
3. สนองนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยว
4. ให้ประโยชน์ด้านเศรษฐกิจในภาพรวม โดยมีต้นทุนที่เหมาะสม
5. สร้างงานและสร้างรายได้
6. ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ที่เศรษฐกิจตกต่ำ
7. ไม่ก่อให้เกิดปัญหาในพื้นที่ที่มีทรัพยากรสำคัญ
8. ลดผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคมในเชิงลบ
9. สนับสนุนการอนุรักษ์ด้าน โบราณคดีและประวัติศาสตร์
10. ช่วยฟื้นฟูศิลปะและหัตถกรรมดั้งเดิม
11. ไม่รบกวนรูปแบบการตั้งถิ่นฐานและแผนการใช้ที่ดินที่มีอยู่เดิม
12. ลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม
13. สนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการพัฒนาพื้นที่
14. ใช้ระบบโครงสร้างพื้นฐานที่มีอยู่ให้มากที่สุด
15. ใช้ระบบโครงสร้างพื้นฐานใหม่ให้ได้ประโยชน์สูงสุด
16. เปิดโอกาสสำหรับการพัฒนาในอนาคต
17. ประเมินขีดความสามารถที่มีอยู่ด้านกฎหมาย เศรษฐกิจ และกรอบแผนงานเพื่อที่จะพัฒนาสู่ความยั่งยืน

18. ประเมินผลที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และ สิ่งแวดล้อม
19. การอบรม การศึกษาและการสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์กับประชาชน
20. การวางแผนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
21. อำนาจความสะดวกให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ทักษะ และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
22. ให้ทุกฝ่ายในสังคมได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว
23. สร้างรูปแบบใหม่ของสินค้าการท่องเที่ยว โดยกำหนดให้ความยั่งยืนเป็นความคิดหลักในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งหมด
24. วัดผลความก้าวหน้าในการพัฒนาที่ประสบความสำเร็จในระดับท้องถิ่น
25. สร้างความเป็นหุ้นส่วนในการพัฒนา

## 2.12 ทฤษฎีการสื่อสาร

ทฤษฎีการสื่อสาร คือ การอธิบายการสื่อสารในด้านความหมาย กระบวนการ องค์ประกอบ วิธีการ บทบาทหน้าที่ ผล อิทธิพล การใช้ การควบคุม แนวคิดของศาสตร์ต่างๆ แนวโน้มอนาคต และปรากฏการณ์เกี่ยวกับการสื่อสาร แต่การอธิบายต้องมีการอ้างอิงอย่างมีเหตุผลที่ได้จากหลักฐาน เอกสารหรือปากคำของมนุษย์

มาจากภาษาอังกฤษที่ว่า Communication Theory ซึ่งมีความหมายครอบคลุม กว้างขวาง รวมไปถึง Theory of Communication (ทฤษฎีของการสื่อสาร) Theories in Communication (ทฤษฎีในการสื่อสาร) Theories for Communication (ทฤษฎีเพื่อการสื่อสาร) และ Theories About Communication (ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร)

ทฤษฎีเพื่อการสื่อสารเกิดขึ้นมานาน เริ่มด้วยปรัชญาพุทธและปรัชญากรีกที่ว่าด้วยการคิดและการพูด ทฤษฎีเศรษฐกิจการเมืองต่างๆ ว่าด้วยเสรีภาพของการแสดงออกตั้งแต่ก่อนการปฏิวัติฝรั่งเศส ทฤษฎีทางการแพทย์และสัตววิทยาที่ว่าด้วยประสาทกับการรับสารและสมรรถภาพในการส่งสารของมนุษย์ ทฤษฎีจิตวิเคราะห์และจิตบำบัดของฟรอยด์ รวมไปถึงหลักและทฤษฎีต่างๆ ว่าด้วยภาษา สังคม และวัฒนธรรม ล้วนแล้วแต่เป็นทฤษฎีของสาขาต่างๆ ที่ทำหน้าที่เป็นทฤษฎีแนวปฏิบัติ เพื่อการสื่อสารภายในบุคคล ระหว่างบุคคล การสื่อสารในกลุ่มหรือการสื่อสารในสังคมใหญ่

ทฤษฎีที่สำคัญและเป็นรากฐานของการพัฒนาสังคมสื่อสารเรื่อยมาจนถึงปัจจุบันก็คือไซเบอร์เนติกส์ (Cybernetics) ซึ่งหมายถึงศาสตร์ที่ว่าด้วยการสื่อสาร และการควบคุมภายในสัตว์และในเครื่องจักร ซึ่งนำเสนอโดยนอร์เบิร์ต วินเนอร์ (Norbert Wiener) เมื่อปี 1948 แสดงให้เห็นบทบาทสำคัญของสารสนเทศในการเสริมสร้างและดำรงสังคมมนุษย์ โดยอาศัยกลไกการป้อนไปและป้อนกลับ (Feedforward-Feedback Mechanism) ภายในระบบชีวิตและ ระบบสังคม ซึ่งถือว่ามีชีวิตเช่นเดียวกัน ชีวิต

และสังคมจะเจริญพัฒนาไปได้ก็โดยการพัฒนา ระบบ การสื่อสารที่สามารวดถ่ายถอดแลกเปลี่ยนสารสนเทศกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ฮาโรลด์ ลาสเวลล์ (Harold Lasswell) เสนอทฤษฎีบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน (Functionalism) เสนอให้เห็นชัดเจนเป็นครั้งแรกว่าบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน คือการดำรงรักษาและบูรณาการสังคม (Social Integration) จึงจะต้องมีการปรับปรุงพัฒนาสื่อมวลชนมิให้เกิดความล้มเหลว (Dysfunction) ในการปฏิบัติหน้าที่ของคนคือ การเฝ้าระวังสภาพแวดล้อม การประสานส่วนต่างๆ ของสังคม ให้ตอบสนองต่อสภาพแวดล้อม และการถ่ายทอดคมรคทางวัฒนธรรม

ทฤษฎีการสื่อสารยุคปัจจุบัน ยุคนี้แบ่งได้เป็น 2 ช่วง คือ ช่วงแรกตั้งแต่ประมาณปี 1980 ถึงประมาณปี 1995 และช่วงที่สองประมาณปี 1990 จนถึงปัจจุบัน คือปี 2002 ในช่วงแรกมีแนวโน้มการพัฒนาแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารมาใน 2 ทิศทาง คือ การวิพากษ์เชิงองค์รวม (Holistic Approach Criticism) ที่นำโลกการสื่อสาร เข้าสู่ยุคหลังสมัยนิยม และการปฏิรูปแนวคิดและแนวทางการพัฒนาการสื่อสารในสังคมใหม่

1. การวิพากษ์เชิงองค์รวม หมายถึง การที่นักคิด นักวิจัย จากสาขาวิชาต่างๆ หันมาใช้ความ คิดเชิงองค์รวม วิเคราะห์และวิพากษ์การสื่อสาร ในระบบทุนนิยมเสรีของสังคมเศรษฐกิจการตลาด (Liberal Capitalism in Market Economy) ในเชิงเศรษฐกิจการเมือง เกิดกลุ่มทฤษฎีการครอบงำกำหนด (Determinism) ที่วิพากษ์ว่าเทคโนโลยีลัทธิสมัยนิยม และลัทธิการแพร่กระจายของรเจอร์ส (Rogers's Diffusionism) มีอำนาจในการกำหนดชะตากรรมของประเทศ (Fatalism) เทคโนโลยีสร้างสื่อให้เป็นพระเจ้า (Dei Ex machina) และ “เปิดโอกาสให้ชนชั้นนำมีอำนาจเหนือความรู้และการตัดสินใจของประชาชน” ตามทัศนะของ ฌ็อง ฟร็องซัวส์ ลีโอดาร์ด์ (Jean Francois Lyotard)

ฌาคส์ แดริดา (Jacques Derrida) และมิเชล ฟูโกลต์ (Michel Foucault) สนับสนุนแนวคิดเชิงวิพากษ์ของลีโอดาร์ด์ว่าในยุคสื่อหลากหลาย รัฐบาลและชนชั้นนำยังได้ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารควบคุมพฤติกรรมสังคมแบบตามจำลอง “กวาดดูโดยรอบ” (Panopticon) ซึ่งถือว่าเป็นการละเมิดสิทธิและคุณค่าความเป็นมนุษย์ของประชาชน ทั้งสามนักวิชาการจึงได้เสนอแนวคิดใหม่ที่เรียกว่า ลัทธิหลังสมัยนิยม (Postmodernism) ถือว่าในสังคมใหม่ เอกชนต้องเข้ามามีบทบาทในการสร้างระบบสารสนเทศเสรี (Free Flow of Information) ทั้งในองค์กรและในสังคม

สมควร กวียะ เสนอแนวคิดไว้เมื่อปี 1986 ว่ามองในแง่อำนาจอิทธิพลของเทคโนโลยีเราอาจแบ่งประเทศในโลกออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มประเทศที่กำหนดเทคโนโลยีและกลุ่มประเทศที่ถูกกำหนดโดยเทคโนโลยี กลุ่มแรกสร้างเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการของสังคม กลุ่มที่สองถูกเทคโนโลยีจากกลุ่มแรกเข้ามากำหนดวิถีชีวิต และระบบเศรษฐกิจสังคมของประเทศ ก่อให้เกิดความเสียหายทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมวัฒนธรรม ประเทศจะต้องใช้เงินมหาศาลเป็นต้นทุนของการทำเพื่อทำเกินอย่างฟุ่มเฟือย โดยไม่จำเป็น (Redundancy Cost) รวมทั้งต้นทุนของการสูญเสียโอกาสในการผลิตเทคโนโลยีของตนเอง (Opportunities Cost)

ทฤษฎีการสื่อสารตั้งแต่ก่อนยุคทฤษฎี ยุคสมัยนิยม ยุคหลังสมัยนิยม แม้มีการวิพากษ์วิจารณ์ และปรับปรุงพัฒนามาแล้วเพียงใด ทฤษฎีการสื่อสารก็ยังคงอยู่ในกรอบของปรัชญาตะวันตกที่เน้นเทคนิคนิยม (Technism) มากกว่ามนุษยนิยม (Humanism) และเป็นการสื่อสารทางเดียวมากกว่าการสื่อสารสองทาง ทั้งนี้เพราะปรัชญาตะวันตกมีรากฐานมาจากลัทธิเทวนิยมแนวศาสนาคริสต์ (Christian Theism) ซึ่งถือว่าพระเจ้าองค์เดียวมีอำนาจเหนือมนุษย์ถ่ายทอดมาเป็นกระบวนการสื่อสารเบื้องบนสู่เบื้องล่าง (Top-Down Communication) จากผู้นำถึงประชาชน จากคนรวยถึงคนจน จากคนมีถึงคนไม่มี (Have to have-not) จากนายทุนผู้ผลิตถึงประชาชนผู้บริโภค จากผู้มีอำนาจทางเศรษฐกิจหรือการเมืองถึงผู้บริโภค สัญญา ซึ่งหมายถึงผู้จ่ายเงินส่วนหนึ่งซื้อความเป็นนามธรรมที่ไม่มีตัวตนของสินค้าหรืออุดมการณ์

รัฐธรรมนูญฉบับ 2540 ของประเทศไทย ได้รับทฤษฎีสื่อมวลชนประชาธิปไตยมาเป็นแนวทางของรัฐ ในการปฏิรูปการสื่อสารมวลชนให้มีหลักประกันเสรีภาพ อิสระภาพ ความเสมอภาค ความรับผิดชอบ และประสิทธิภาพเพื่อสาธารณประโยชน์ และเพื่อสังคมตามที่บัญญัติในมาตรา 39, 40 และ 41

อามาตยา เสน (Amatya Sen) นักเศรษฐศาสตร์ผู้ได้รับรางวัลโนเบล ในปี 1996 เสนอทฤษฎีกระแสเสรีของข่าวสารเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ (Free Flow of Information for Economic Development) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าความเปิดกว้างของข่าวสาร (Informational Openness) จะส่งเสริมระบอบประชาธิปไตย และระบอบประชาธิปไตยจะส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจที่แท้จริงและยั่งยืน เพราะผู้นำในระบอบนี้จะรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเพื่อการริเริ่มและดำเนิน โครงการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ

โจเซฟ สติกลิตซ์ (Joseph Stiglitz) นักเศรษฐศาสตร์อีกคนหนึ่งที่ได้รับรางวัลโนเบล ในปี 2000 เสนอทฤษฎีสารสนเทศอสมมาตร (Asymmetric Information) แสดงเป็นสมการว่าความแตกต่างทางสารสนเทศทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างกลุ่มคนรวยกับคนจน เช่น การรับรู้ข่าวสารเรื่องสัมปทานของรัฐ เร็วกว่าหรือดีกว่าย่อมได้เปรียบในการยื่นซองประกวดราคา ทำให้มีโอกาสดีกว่าในการได้มาซึ่งสัมปทาน ทำให้มีโอกาสที่จะเพิ่มความร่ำรวยยิ่งกว่าคนที่มิได้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสัมปทาน

ทฤษฎีนี้ขึ้นต้นถึงบทบาทสำคัญของการเผยแพร่สารสนเทศเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ทว่าการเผยแพร่สารสนเทศนั้นจะต้องยึดหลักความโปร่งใส ความเสมอภาค และความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม ไม่ว่าจะเป็นการเผยแพร่สารสนเทศของสื่อประเภทใด การทำงานบนพื้นฐานอุดมการณ์ดังกล่าว จึงต้องมีอิสรภาพในทางวิชาชีพ (Professional Independence) ซึ่งถือว่าเป็นจริยธรรมที่สำคัญ

สมควร กวียะ ได้นำเอาทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมมาปฏิรูปการประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิม สร้างเป็นทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ใหม่ที่เรียกว่า การสื่อสารองค์กรเชิงบูรณาการ (Integrated Organizational Communication) ทฤษฎีนี้เสนอว่าองค์กรจะต้องปรับเปลี่ยนปรัชญา

1. จากการสื่อสารมิติเดียวมาเป็นการสื่อสารหลายมิติ (Multi-Dimensional Communication) ใช้หลายสื่อ หลายทิศทาง และมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมทั้งองค์กรและสังคมอย่างเป็นธรรม
2. จากการสื่อสารถึงสาธารณชนหรือมวลชนมาเป็นการสื่อสารกับสมาชิกของสังคม เน้นสังคมภายในองค์กรและชุมชนรอบองค์กร ก่อนขยายขอบเขตออกไปสู่องค์กรอื่น และสังคมมวลชน

3. จากการสื่อสาร โน้มน้าวใจให้คล้อยตามมาเป็นการสื่อสารเพื่อสร้างความเป็นหนึ่งเดียวบนพื้นฐานความแตกต่าง (Oneness of Differences) ของความรู้ ความคิด และบทบาทหน้าที่

4. จากการสื่อสารเพื่อสร้างเสริมภาพลักษณ์ (Mind Image) ขององค์กรเพียงด้านเดียวมาเป็นการสื่อสารเพื่อส่งเสริมภาพจริง (Real Image) ที่แสดงความรับผิดชอบขององค์กรต่อสังคม ต่อโลก และต่อชีวิตของเพื่อนมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็ลลูกค้ำหรือกลุ่มเป้าหมายขององค์กรหรือไม่

ทฤษฎีปัญญาแห่งจิตวิญญาณ (SQ) และทฤษฎีเส้นทางที่ปราศจากกาลเวลา (Timeless Way) นับว่าเป็นพัฒนาการมาสู่กระบวนทัศน์ใหม่ของทฤษฎีการสื่อสารภายในบุคคลที่เริ่มต้นโดย ชิกมุนด์ ฟรอยด์ และทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคลที่เริ่มต้นโดยฟริตซ์ไฮเดอร์ เป็นการนำเอาจริยศาสตร์มาผสมผสานเป็นจริยธรรมการสื่อสารของมนุษย์ (Ethics of Human Communication) ที่ถูกทำให้เสื่อมโทรมมาหลายทศวรรษ โดยลัทธินิโวก และกระแสโลกาภิวัตน์ของระบอบทุนนิยมเสรี

โดยเฉพาะอย่างยิ่งทฤษฎีเส้นทางที่ปราศจากกาลเวลา มีส่วนช่วยสนับสนุนให้เกิดกระบวนทัศน์ล้ำสมัยและแนวอนาคต (Ultramodernist and Futuristic Paradigm) ที่มีเวลาเข้ามาเป็นปัจจัยสำคัญของสารสนเทศและการสื่อสารทุกประเภท นั่นคือ ทฤษฎีสารเวลา (The Infotime Theory) ของ สมควร กวียะ ซึ่งพัฒนามาตั้งแต่ปี 1997

ทฤษฎีสารเวลามาจากการวิจัยเชิงทดลองทางความคิด (Thought Experiment) บนพื้นฐานความคิดเชิงองค์รวม และความรู้ทางนิเทศศาสตร์ มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ทุกแขนง ได้รับแรงบันดาลใจจากแนวคิดทฤษฎีของพระพุทธรองค์ ไลน์สไตน์ คาร์วิน ฟรอยด์ ชรามม์ วินอร์ คาปรา ไชปรา และสตีเฟน ฮอว์กิง (Stephen Hawking)

ตามทฤษฎีสารเวลาสาร (Information) หมายถึง ทุกสรรพสิ่งในเอกภพ คือ สารทางกายภาพ (Physical Information) สารทางชีวภาพ (Biological Information) สารทางสมอง (Brain Information) และสารนอกร่างกาย (Extrasomatic Information) หรือสารสังคม (Social Information)

การสื่อสาร คือการสร้างสภาพร่วมระหว่างผู้สื่อสาร (commonness-Making) หรือการสร้างความเป็นหนึ่งเดียว (Oneness-Making) ของทุกสาร นับตั้งแต่อะตอม โมเลกุล ควาฤกษ์ กาเล็กซี่ หรือคาราจักรดาวเคราะห์ชีวิต สังคม มาจนถึงองค์กร

การสื่อสารเป็นกระบวนการพลวัตของความเชื่อมโยงคิดต่อระหว่างกัน (Dynamic Process of Intyernconnectedness) ที่ก่อให้เกิดสารหรือระบบ (Information or System)

แต่จากทฤษฎีเวลาทั้งในทางวิทยาศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ พบว่าการสื่อสารอย่างเดียวน่าพอที่จะเกิดให้เกิดระบบได้ ระบบต้องมีกระบวนการเปลี่ยนแปลงโดยตลอด (Perpetual Change) นับตั้งแต่การเกิด ไปจนถึงการตาย ทุกระบบหรือทุกสารจึงต้องมีเวลาเป็นองค์ประกอบที่จะขาดเสียมิได้ เรียกรวมเสียใหม่ว่า สารเวลา หรือ Infotime สารคือโครงสร้างและกระบวนการก็คือ เวลา ซึ่งจะต้องรวมกันเป็นหนึ่งเดียว

กล่าวโดยสรุป ทฤษฎีสารเวลาก็คือ สมมติฐานหลักของทฤษฎีการสื่อสารหรือสันนิษฐานกรรม



ทั่วไป (The General Communication Theory) ซึ่งคาดว่าจะป็นปฐมบทสำคัญ (Major Postulate) สำหรับทฤษฎีของทุกสิ่งทุกอย่าง (The Theory of Everything and Every Non-Thing)

ฮาโรลด์ ลาสเวลล์ (Harold Lasswell) ได้ทำการวิจัยในเรื่องการสื่อสารมวลชนไว้ในปี พ.ศ. 2491 และได้คิดสูตรการสื่อสารที่ถึงพร้อมด้วยกระบวนการสื่อสารที่สอดคล้องกัน โดยในการสื่อสารนั้นจะต้องตอบคำถามต่อไปนี้ให้ได้คือ ใคร (Who) พูดอะไร (Says What With What Purpose) โดยวิธีการและช่องทางใด (By What Means in What Channel) ไปยังใคร ด้วยผลอะไร (To Whom in What Situation) ได้ผลอย่างไรในปัจจุบัน และอนาคต (With What Effect, Immediate and Long Term)

ทฤษฎี SMCR ของเดวิดเค. เบอริโล (David K. Berlo) ได้พัฒนาทฤษฎีที่ผู้ส่งจะส่งสารอย่างไรและผู้รับจะรับแปลความหมายและมีการโต้ตอบกับสารนั้นอย่างไร

- ผู้ส่ง (Source) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถในการ "การเข้ารหัส" (Encode) เนื้อหาข่าวสาร มีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับเพื่อผลในการสื่อสารมีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่ง และควรจะมีสามารถในการปรับระดับของข้อมูลนั้นให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับ ตลอดจนพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับด้วย

- ข้อมูลข่าวสาร (Message) เกี่ยวข้องด้านเนื้อหา สัญลักษณ์ และวิธีการส่งข่าวสาร

- ช่องทางในการส่ง (Channel) หมายถึง การที่จะส่งข่าวสารโดยการให้ผู้รับได้รับข่าวสารข้อมูลโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง คือ การได้ยิน การดู การสัมผัส การลิ้มรส หรือการได้กลิ่น

- ผู้รับ (Receiver) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถในการ "การถอดรหัส" (Decode) สาร เป็นผู้ที่มีทัศนคติ ระดับความ และพื้นฐานทางสังคมวัฒนธรรม เช่นเดียวหรือคล้ายคลึงกันกับผู้ส่งจึงจะทำให้การสื่อสารความหมายหรือการสื่อสารนั้นได้ผล

- ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skills) หมายถึง ทักษะซึ่งทั้งผู้ส่งและผู้รับควรจะมี ความชำนาญในการส่งและการรับการเพื่อให้เกิดความเข้าใจกันได้เป็นอย่างดี

- ทัศนคติ (Attitudes) เป็นทัศนคติของผู้ส่งและผู้รับซึ่งมีผลต่อการสื่อสาร ถ้าผู้ส่งและผู้รับมีทัศนคติที่ดีต่อกันจะทำให้การสื่อสารได้ผลดี ทั้งนี้เพราะทัศนคดีย่อมเกี่ยวข้องไปถึงการยอมรับซึ่งกันและกันระหว่างผู้ส่งและผู้รับด้วย

- ระดับความรู้ (Knowledge Levels) ถ้าผู้ส่งและผู้รับมีระดับความรู้เท่าเทียมกัน ก็จะทำให้การสื่อสารนั้นลุล่วงไปด้วยดี แต่ถ้าหากความรู้ของผู้ส่งและผู้รับมีระดับที่แตกต่างกัน ย่อมจะต้องมีการปรับปรุง

- ระบบสังคมและวัฒนธรรม (Socio - Culture Systems) ระบบสังคมและวัฒนธรรมในแต่ละชาติเป็นสิ่งที่มีส่วนกำหนดพฤติกรรมของประชาชนในประเทศนั้น ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องไปถึงขนบธรรมเนียมประเพณีที่เชื่อถือปฏิบัติ สังคมและวัฒนธรรมในแต่ละชาติย่อมมีความแตกต่างกัน

คล็อด อี. แชนนอน (Claude E. Shannon) และวอร์เรนวีเวอร์ (Warren Weaver) ได้คิดทฤษฎีการสื่อสารทางเคเบิลเชิงเส้นตรง การสื่อสารเริ่มด้วยผู้ส่งซึ่งเป็นแหล่งข้อมูล ทำหน้าที่ส่งเนื้อหาข่าวสาร

เพื่อส่งไปยังผู้รับ โดยผ่านทางเครื่องส่งหรือตัวถ่ายทอด ในลักษณะของสัญญาณที่ถูกส่งไปในช่องทางต่างๆ กันแล้วแต่ลักษณะของการส่งสัญญาณแต่ละประเภท เมื่อทางฝ่ายผู้ได้รับสัญญาณแล้ว สัญญาณที่ได้รับจะถูกปรับให้เหมาะสมกับเครื่องรับหรือการรับเพื่อทำการแปลสัญญาณให้เป็นเนื้อหาข่าวสารนั้นอีกครั้งหนึ่งให้ตรงกับที่ผู้ส่งส่งมาขึ้น เนื้อหาที่รับจะไปถึงจุดหมายปลายทาง คือผู้รับตามที่ต้องการ แต่ในบางครั้งสัญญาณที่ส่งไปอาจถูกรบกวนหรือ อาจมีบางสิ่งบางอย่างมาขัดขวางสัญญาณนั้น ทำให้สัญญาณที่ส่งไปกับสัญญาณที่ได้รับมีความแตกต่างกัน เป็นเหตุให้เนื้อหาข่าวสารที่ส่งจากแหล่งข้อมูลไปยังจุดหมายปลายทางอาจผิดเพี้ยนไป นับเป็นความล้มเหลวของการสื่อสาร เนื่องจากที่ส่งไปกับข้อมูลที่ได้รับไม่ตรงกัน อันจะทำให้เกิดการแปลความหมายผิดหรือความเข้าใจผิดในการสื่อสารกันได้

จากทฤษฎีการสื่อสารที่กล่าวมาแล้วอาจสรุปได้ว่า ในการสื่อสารนั้นการที่ผู้ส่งและผู้รับจะสามารถเข้าใจกันได้ดีเพียงใดขึ้นอยู่กับทักษะ ทศนคติ ความรู้ ระบบสังคมและวัฒนธรรมของทั้งสองฝ่าย ถ้าทั้งผู้ส่งและผู้รับมีสิ่งต่างๆ เหล่านี้สอดคล้องกันมากจะทำให้การสื่อสารนั้นได้ผลดียิ่งขึ้น เพราะต่างฝ่ายจะมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน และสามารถจัดอุปสรรคในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งและผู้รับออกไปได้

### 2.13. การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดปทุมธานี

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง วิธีการและการติดต่อสื่อสารขององค์กร หน่วยงาน ที่มีแผนการในการสร้างหรือรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง (ทั้งกลุ่มคนในหน่วยงาน และกลุ่มคนหน่วยงาน) ให้มีความรู้ความเข้าใจ สร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และให้ความสนับสนุน ร่วมมือซึ่งกันและกัน เพื่อให้งานของหน่วยงานดำเนินไปด้วยดี โดยมีประจําชาติเป็นแนวพื้นฐาน

กระบวนการและขั้นตอนของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีดังนี้

1. การวิจัยและรับฟังความคิดเห็น (Research-Listening)
2. การวางแผนและการตัดสินใจ (Planning-Decision Making)
3. การติดต่อสื่อสาร (Communication-Action)
4. การประเมินผล (Evaluation)

#### สื่อประชาสัมพันธ์ของจังหวัดปทุมธานี

ประกอบไปด้วย สื่อต่างๆ ดังนี้

1. แผ่นพับ แผ่นพับรูปแบบต่างๆ
2. แผ่นป้าย โฆษณามีทั้งแผ่นใหญ่ติดตามฝาผนังหรือมีขาตั้งข้างถนน จนกระทั่งแผ่นเล็กติดหลัง

รถยนต์

3. วิทยุ การโฆษณาทางวิทยุและวิทยุชุมชน
4. โทรทัศน์
5. สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์รายวันประจำจังหวัด วารสารรายสัปดาห์ วารสารรายเดือน
6. การบอกเล่าบุคคลต่อบุคคล
7. บทความท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการเขียนบทความเกี่ยวกับการท่องเที่ยว  
จังหวัดปทุมธานีลงในหนังสือต่างๆ
8. จดหมายข่าว สื่อที่ช่วยในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสามารถ  
คัดเลือกกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะตัว
9. สมุดรายนามผู้ใช้โทรศัพท์ ถูกค่าสามารถค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวได้ มีการจัดพิมพ์เป็นรายปี
10. สื่อทางอินเทอร์เน็ต
11. สื่อจากการจัดนิทรรศการ
12. สื่อการจัดมหรรมงานเทศกาล และกีฬา

### หลักและวิธีการประชาสัมพันธ์ของอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

1. มุ่งประโยชน์ส่วนรวมเป็นใหญ่ต้องอาศัยเวลาและการให้การศึกษาด้วยการมีศิลปะและทันสมัย
2. รู้จิตใจของคนกลุ่มต่างๆ และเข้าใจในวิธีการศึกษาเรื่องคน บุคลิก ของคนรวมทั้งอุปนิสัยใจคอ  
ของบุคคลที่เกี่ยวข้อง ชอบหรือไม่ชอบอะไร ถ้าไม่รู้จักใจก็ไม่สามารถจะปรับความเข้าใจหรือประสาน  
ประโยชน์ให้เข้ากันได้
3. รู้นโยบายรัฐบาลหรือองค์กรซึ่งตนเป็นเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์อย่างซาบซึ้ง
4. รู้เทคนิคของเครื่องมือสื่อสัมพันธ์ต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ เอกสาร วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์  
ภาพยนตร์ ฯลฯ ต้องทราบว่าเครื่องมือสื่อสัมพันธ์เหล่านี้แต่ละอย่างมีประโยชน์อย่างไร เหมาะแก่งานใด
5. ยึดหลักความจริงและความสุจริตเป็นหลักเพื่อให้คนทั้งหลายไว้วางใจ
6. ปฏิบัติงาน โดยคิดต่อกันและสม่ำเสมอ การทำงานจึงต้องมีแผนงาน ควรทราบนโยบาย เพื่อ  
นำไปจัดโครงการที่ต่อเนื่องและมีความสัมพันธ์กัน
7. เปิดเผย ไม่มีเงื่อนงำ
8. งานประชาสัมพันธ์ รวมทั้งบุคคล อุปกรณ์ประชาสัมพันธ์ มีคุณภาพสูง
9. มุ่งให้เข้าถึงผู้มีอิทธิพลในสังคม ผ่าน ไปถึงประชาชนทั่วไป

### วิธีการประชาสัมพันธ์ของอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

#### 1. การประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่

การประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวที่น่าเชื่อถือสูง ได้แก่ บทความ ภาพถ่ายหรือ  
ภาพยนตร์ สามารถเผยแพร่ไปได้ไกล กิจกรรมการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ประกอบด้วย

1.1 เชิญตัวแทนสื่อมวลชน เข้ามาทัศนศึกษาแหล่งท่องเที่ยวงานประเพณีต่างๆ ที่น่าสนใจที่อำเภอสามโคก จัดขึ้นในแต่ละปีอย่างต่อเนื่อง เช่น งานวันประเพณีต่างๆ

1.2 สร้างสัมพันธ์อันดีกับสาธารณชน โดยการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ การสัมมนาการประชุมด้านการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

1.3 การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ในโอกาสพิเศษต่างๆ ที่จังหวัดปทุมธานีจัดขึ้น เพื่อกระตุ้นความสนใจเช่น การเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาชุมชนต่างๆ

## 2. การประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนท้องถิ่นในอำเภอสามโคกได้มีส่วนร่วม

การประชาสัมพันธ์ให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วม เป็นการกระตุ้นชุมชนให้รู้ถึงคุณค่าของการท่องเที่ยว ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นมีทัศนคติที่ดีในการต้อนรับและสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดีในการท่องเที่ยว

กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม มีดังนี้

2.1 จัดประชุมชี้แจงผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งระดับผู้นำท้องถิ่น

2.2 จัดผู้แทนเพื่อพบปะผู้คนในท้องถิ่น หรือกลุ่มชุมชนย่อยในท้องถิ่น

2.3 จัดทำจดหมายข่าว เอกสารแนะนำแหล่งท่องเที่ยวแก่ประชาชนในท้องถิ่น

2.4 จัดให้ประชาชนในท้องถิ่นได้รับประสบการณ์ท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยตรง เช่น การจัด นำเที่ยวในราคาพิเศษ การจัดนำเที่ยวฟรี

2.5 จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ของการท่องเที่ยว โดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น สารคดี ท่องเที่ยว ปฏิทินท่องเที่ยว

## 3. การประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการรับผิดชอบและแรงงานเป็นตัวแทนแหล่งท่องเที่ยว

ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวด้านต่างๆ เกิดความรู้สึกรับผิดชอบ

กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ผู้ประกอบการ มีดังนี้

3.1 จัดสัมมนาผู้ประกอบการท่องเที่ยว โดยสำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

3.2 จัดนำเที่ยวเพื่อแนะนำหรือสร้างความคุ้นเคยกับแหล่งท่องเที่ยวใหม่

3.3 จัดประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นให้เกิดการแข่งขันเชิงการบริการและการบริหารในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสาขาต่างๆ เพื่อประโยชน์ทางด้านธุรกิจ ด้านการอนุรักษ์พัฒนา ทรัพยากรท่องเที่ยวธรรมชาติ และศิลปวัฒนธรรมให้ยั่งยืน

## 2.14 อาหารไทยสามัญ

อาหาร (Foods) คือ สิ่งที่บริโภคเข้าไปแล้วให้ประโยชน์แก่ร่างกาย เช่น ทำให้ร่างกายเจริญเติบโต ซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอของร่างกาย ให้พลังงานแก่ร่างกายโดยไม่มีพิษภัยหรือให้โทษแก่ร่างกาย

สารอาหาร (Nutrients) คือ สารเคมีที่ประกอบอยู่ในอาหารที่ให้คุณค่าต่อร่างกายในด้านต่างๆ ได้แก่ คาร์โบไฮเดรต โปรตีน ไขมัน วิตามิน แร่ธาตุ และน้ำ

รัฐบาลได้กำหนดให้ปี 2541-2542 เป็นปีท่องเที่ยวไทย (Amazing Thailand) เนื่องจากประเทศไทยประสบกับปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจ ทางแก้ปัญหของรัฐบาล ได้ฝากความหวังไว้กับการส่งออกและการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว บทบาทหน้าที่ของส่วนราชการต่างๆ เช่น กองสุขาภิบาลอาหาร และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จะต้องร่วมมือในการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ประเทศไทยเป็นสวรรค์สำหรับนักท่องเที่ยว สินค้าราคาถูก มีสิ่งที่น่าสนใจ น่าสนใจ เช่น อาหารไทย ซึ่งแสดงถึงศิลปวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของคนไทย และกำลังเป็นที่นิยมของชาวต่างชาติ เนื่องจากเป็นอาหารสมุนไพร มีรสชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่แปลก ธรรมชาติสวยงาม นิเวศวิทยา และความเป็นอยู่ ภูมิปัญญาของชาวไทย เป็นมรดกตกทอดที่ชาวต่างประเทศสนใจ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดทำโครงการสุขาภิบาลอาหาร ส่งเสริมการท่องเที่ยวสนับสนุนเศรษฐกิจไทย โดยการณรงค์ชักชวนผู้ประกอบการร้านอาหาร แผงลอย ในทุกจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวให้ปฏิบัติตามหลักการสุขาภิบาลอาหาร ซึ่งเป็นแนวทางในการดำเนินการควบคุมดูแลสถานที่จำหน่ายอาหารให้ได้มาตรฐาน ถูกสุขลักษณะ ผู้สัมผัสอาหารมีสุขนิสัยที่ดี เพื่อป้องกันการเกิดโรคที่เกิดจากน้ำและอาหารเป็นสื่อ ทำให้นักท่องเที่ยวมากินและซื้อของฝากกลับไป อันเป็นการสนับสนุนเศรษฐกิจไทยอย่างดียิ่ง

### อาหารกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว World Tourism Organization (WTO) ได้ให้คำจำกัดความว่า “กิจกรรมการเดินทางของบุคคล เพื่อไปพักในสถานที่ที่มีสภาพแวดล้อมต่างจากที่อยู่ประจำไม่เกิน 1 ปี เพื่อการพักผ่อน ธุรกิจ และเพื่อวัตถุประสงค์อื่น” ดังนั้นคำว่า การท่องเที่ยว ไม่ได้หมายความเพียงแค่เดินทางไปเพื่อพักผ่อนเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงเพื่อการทำธุรกิจ สุขภาพ การศึกษา ศาสนาและเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ แต่รวมไปถึงการบริโภคหรือการซื้อสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจในหลายๆ ด้าน เช่น ด้านการขนส่ง ที่พักอาศัย คาเฟ่ ภัตตาคาร ร้านอาหาร และร้านค้าปลีก

นอกจากนี้ยังมี ความเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น เมื่อนักท่องเที่ยวซื้ออาหารย่อมมีผลต่ออุตสาหกรรมการผลิตอาหาร อุตสาหกรรมขนส่งและการผลิตไฟฟ้า ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ที่ใช้ในการผลิตอาหาร กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่เหมือนกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่นๆ ซึ่งตามปกติแล้วการจัดประเภทกิจกรรมทางเศรษฐกิจ จะจัดจำแนกตามชนิดของสินค้าและบริการที่ผลิต ในขณะที่กิจกรรมการท่องเที่ยว ต้องคำนึงถึงสถานภาพของลูกค้า เช่น ร้านอาหารที่มีลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยวมาใช้บริการจะถือว่าเป็นข้อมูลการท่องเที่ยว แต่ถ้าลูกค้าเป็นคนในท้องถิ่นที่ไม่ถือว่าเป็นข้อมูลการท่องเที่ยว

### มาตรฐานบริการอาหารเพื่อการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมภาคบริการอาหารมีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เพราะนอกจากจะสร้างรายได้ของการค้าบริการรวมของประเทศแล้ว ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจต่อเนื่อง อาทิ โรงแรมและที่พัก ภัตตาคารร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง ซึ่งก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น รวมทั้งสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศในรูปแบบเงินตราต่างประเทศปีละหลายแสนล้านบาท

จากสถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวของไทย รวมทั้งการส่งเสริมในโครงการต่างๆ ของภาครัฐ เป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้เศรษฐกิจไทยด้านการท่องเที่ยวปรับตัวดีขึ้น ถือได้ว่าเป็นนิมิตหมายที่ดีสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ไทย ที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้งธุรกิจทัวร์ ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจสปาหรือนวดแผนโบราณ และธุรกิจการค้าของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง โดยเฉพาะสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ที่มีอยู่เป็นจำนวนมากทั่วทุกภูมิภาคของประเทศมีโอกาสดีขึ้น

การบริการอาหารเพื่อการท่องเที่ยวสามารถทำเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศไทยได้มาก ถ้าหากประเมินและจัดระดับคุณภาพมาตรฐานบริการอาหารเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จะเป็นการเสริมภาพพจน์ที่เพิ่มและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในตลาดโลก ได้เท่ากับว่าเป็นการลดความเสี่ยงอันเนื่องมาจากการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่สะอาดลงไป เท่ากับว่าเป็นการส่งเสริมการบริการด้านอาหารในแหล่งท่องเที่ยวให้ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย นั่นหมายถึงว่าเป็นการสร้างเชื่อมั่นในด้านการให้บริการอาหารแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศอย่างดี

### ประเทศไทยกับอุตสาหกรรมอาหาร

ประเทศไทยได้ประกาศนโยบายด้านอาหารและอุตสาหกรรมเกษตรในการเป็น “ครัวของโลก” เมื่อปี 2546 การขยายตัวทางเศรษฐกิจในอัตราสูง การใช้จ่ายภายในประเทศซึ่งมีสัดส่วนสูงกว่าร้อยละ 50 ของมูลค่า GDP และการเพิ่มขึ้นของการส่งออก เนื่องจากความต้องการภายในตลาดเอเซียเอง ซึ่งอยู่ในภาวะฟื้นตัวจากปัญหาเศรษฐกิจ การกระจายความเสี่ยงไปยังตลาดอื่นๆ เพิ่มขึ้น และความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจเป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้อุตสาหกรรมการผลิตเติบโตขึ้นได้ และช่วยเสริมให้เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวเข้มแข็งขึ้น

การขยายตัวของอุตสาหกรรมอาหารเชิงมหภาค มีดังนี้

- ประเทศไทยมีพื้นที่ 198,114 ตารางไมล์ ตั้งอยู่ใจกลางของภูมิภาคเอเซียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นประตูสู่อินโดจีน มีประชากร 62.38 ล้านคน ประมาณ 48 ล้านคน อายุมากกว่า 15 ปี และร้อยละ 95 ของประชากรนับถือศาสนาพุทธ

- จำนวนประชากรวัยทำงานมีมากกว่า 36.6 ล้านคน ซึ่งกลุ่มคนทำงานหลักมีอายุต่ำกว่า 30 ปี
- อัตราค่าจ้างขั้นต่ำประมาณ 184 บาทในกรุงเทพฯ และ ประมาณ 140-184 บาทในจังหวัดอื่นๆ
- ประชากรที่จบการศึกษาจากต่างประเทศ นักท่องเที่ยวต่างชาติ มีความสามารถในการเข้าถึง

ข้อมูลต่างประเทศมากขึ้น

- ประมาณร้อยละ 12.4 ของประชากรทั้งประเทศอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 90 ของยอดขายสินค้าบริโภคที่เคลื่อนไหว ได้เร็วมาก
  - ประชากรที่มีรายได้ปานกลางถึงสูงเกือบทั้งหมด อาศัยอยู่ในเขตเมืองสำคัญ เช่น กรุงเทพฯ สมุทรปราการ นนทบุรี ภูเก็ต ชลบุรี จันทบุรี ระยอง เชียงใหม่ เชียงราย สงขลา สุราษฎร์ธานี ขอนแก่น นครราชสีมา อุบลราชธานี อุตรธานี ฯลฯ
  - ประชากรที่อาศัยในเขตเมือง ได้มีความค้ำึงถึงแบรนด์สินค้ามากขึ้น และเปลี่ยนรูปแบบการจับจ่ายจากตลาดแบบเดิมมาเป็นซูเปอร์มาร์เก็ตหรือห้างสรรพสินค้าที่ทันสมัยและสะดวกสบาย มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย
    - การขยายตัวของธุรกิจค้าปลีก โดยเฉพาะไฮเปอร์มาร์เก็ต (โลตัส คาร์ฟูร์ บิ๊กซีฯ) เกิดขึ้นรวดเร็ว ทำให้รูปแบบสินค้าอาหารมีพัฒนาการและคู่ทางทางการตลาดเร็วขึ้น เช่น อาหารแช่แข็ง
    - ความต้องการอาหารแปรรูปนำเข้าและวัตถุดิบนำเข้าเพื่อการแปรรูปและส่งออกเพิ่มขึ้นมาก เพราะเชื่อว่าสินค้านี้มีคุณภาพสูงกว่าของท้องถิ่น
    - การเพิ่มขึ้นของผู้หญิงทำงานและแรงงานอายุน้อยทำให้อาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานและอาหารแปรรูปมีแนวโน้มขยายตัว เพราะสอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิต
    - การเพิ่มขึ้นของจำนวน โรงแรม รีสอร์ท และสถานบริการนักท่องเที่ยว ทำให้เพิ่มการนำเข้าสินค้าอาหารของต่างประเทศเพื่อนำมาบริการนักท่องเที่ยว
    - ประชากรระดับรายได้ต่ำและปานกลางมักใช้จ่ายเงินเพื่อซื้ออาหาร โดยเฉพาะในช่วงวันหยุดและเทศกาลต่างๆ โดยเฉพาะอาหารนำเข้า เพื่อให้เป็นของขวัญของฝาก
    - การเพิ่มขึ้นของกลุ่มคนที่เป็นห่วงสุขภาพทำให้เกิดอุปสงค์สำหรับสินค้าอาหารเพื่อสุขภาพ อาหารฟังก์ชันนัลฟู๊ดส์ (Functional Foods)

#### ความเป็นมาของชนชาติมอญในประเทศไทย

มนุษยชาติในแหลมสุวรรณภูมินั้น มอญเป็นชาติโบราณที่สุดในแหลมทองนี้ หนังสือประวัติศาสตร์ภาษาไทยที่ได้อ่านพบ มักจะมีชื่อเรียกว่า ชาติ “มอญ-เขมร” คงเป็นเพราะ “ชาติมอญ” เป็นดินกำเนิดของเขมร ก็อาจเป็นได้

ในแหลมทองจะพบว่า มอญ และละว้า เป็นชาติที่เก่าแก่ที่สุดที่อาศัยอยู่ในแหลมทองหรือสุวรรณภูมิ “มอญ” อยู่ทางทิศตะวันตก คือชนที่อยู่ปัจจุบัน “ละว้า” อยู่ภาคกลาง ประมาณ ลพบุรีในปัจจุบัน ไท (หรือไทยในปัจจุบัน) มาจากแถบภูเขาอัลไต ไม่ทราบว่ามีหลักฐานอะไร เมื่อเกือบ 800 ปี ไทหรือไทยแหลมทอง เป็นชาติใหม่ชาติหนึ่งในแหลมทองแต่เป็นชาติที่เก่ามาจากที่อื่น และไทก็แพร่เชื้อชาติไปตะวันตกที่อัสสัม ไกลเข้ามาเป็นไทยใหญ่

มอญเป็นชาติโบราณที่สุดในคาบสมุทรสุวรรณภูมิและ “มอญ” ส่วนหนึ่ง ได้อพยพมุ่งไปทางตะวันตก ไปปรับวัฒนธรรมอันแข็งแกร่งจากอินเดียฝ่ายใต้ จึงกลายเป็นชาติขอม ซึ่งเจริญรุ่งโรจน์ ถึงขนาด

สร้างสิ่งมหัศจรรย์ของโลก คือ นครวัด และได้แผ่อิทธิพลจากตะวันออกย้อนกลับมาตะวันตก ปรากฏ  
ละว้าหรือลัวะและปราบไทยให้อยู่ในอำนาจ

พจนันต์ สุวรรณทรัพย์ กล่าวว่า กลุ่มชาติพันธุ์มอญเดิมอาศัยอยู่ในประเทศอินเดียทางใต้  
ต่อมาย้ายมาสุวรรณภูมิคือเมืองสะเทิมเมาะตะมะ จากเมาะตะมะไปหงสาวดีตอนที่อยู่อินเดียมีชื่อเรียกว่า  
ด้อยยะเถิน เกียะเหนียะ ตะเลงคะนะ แปลว่าผืนแผ่นดินใหญ่ พม่าจึงเรียกมอญว่าตะเลง มอญที่เมืองไทย  
คือ มั๊กกะโท ซึ่งเป็นมอญเมื่อสมัยสุโขทัยเรื่องอำนาจและได้เป็นกษัตริย์พม่าและกษัตริย์ในราชวงศ์ของ  
พระองค์ก็มี ชื่อเสียงหลายพระองค์ เช่น พระเจ้าราชาธิราช พระเจ้าธรรมเจดีย์ เป็นต้น

มอญปทุมธานีมีทั้งมอญเก่าและใหม่ มอญเก่ามี 2 พวก พวกแรกเป็นมอญดั้งเดิมจนกลายเป็น  
ไทยแล้ว มอญเก่าพวกที่สองคือพวกที่อพยพมาจากกรุงศรีอยุธยา สมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช  
โปรดให้มาอยู่ที่ตำบลสามโคก ในหลักฐานบอกว่าบ้านสามโคกคือมอญเก่า และอีกพวกคือมาในสมัย  
กรุงธนบุรี สมัยพระยาแจ้ง เป็นมอญที่อพยพมาเพราะว่าถูกพม่าเบียดเบียน รบราฆ่าฟันสู้ไม่ได้ ก็หนีมาพึ่ง  
พระบรมโพธิสมภาร ส่วนมอญใหม่เข้ามาในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ ข้อมูลการอพยพจึงรู้และจดจำกันได้  
ชัดเจน เช่นที่ปากเกร็ด นนทบุรี ปากลัด

รองศาสตราจารย์หทัย ดันหยง บันทึกไว้ว่า มอญเก่าจะเป็นคนผิวคล้ำร่างเล็กๆ ส่วน มอญใหม่  
เป็นมอญที่มาสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ มีข้อมูลที่มาที่ไปชัดเจนและเอกลักษณ์ก็ชัดเจน มอญเก่าก็ชัดเจน  
เหมือนกัน สงกรานต์ก็รดน้ำคำหัว ทำข้าวแช่แต่มอญใหม่สมัยรัตนโกสินทร์เป็นมอญแถวๆ ทางมณฑล  
ขึ้นไป คือผิวขาวสวยผู้ชายก็หล่อ อย่างในเสภาขุนช้างขุนแผนกล่าวไว้ว่าจัดแจงแต่งกายพลาญชุมพลปลอม  
คนเป็นมอญใหม่ดูคนสัน มอญเก่ามอญใหม่เดี๋ยวนี้เป็นคนไทยไปหมดแล้ว สรุปได้ว่าสามโคกมีมอญอพยพ  
มา 3 สมัย คือมอญสมัยกรุงศรีอยุธยา สมัยสมเด็จพระนารายณ์ สมัยพระเจ้ากรุงธนบุรี และสมัยกรุง  
รัตนโกสินทร์ รัชกาลสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย

ปัจจุบันอำเภอสามโคกซึ่งเดิมเป็นเมืองเก่าของจังหวัดปทุมธานี เป็น 1 ใน 7 อำเภอของปทุมธานี  
แบ่งการปกครองออกเป็น 11 ตำบล 58 หมู่บ้าน ชุมชนมอญจะอยู่ปะปนกันทั้งมอญกับไทย ปัจจุบัน  
เป็นไทยไปหมดแล้วมี 9 หมู่บ้าน คือ

1. บ้านท้ายเกาะ
2. บ้านเจดีย์ทอง
3. บ้านสามเรือน
4. บ้านตากแดด
5. บ้านสามโคก
6. บ้านเมตตารงค์
7. บ้านศาลาแดง
8. บ้านกลาง (ที่ผ่านมาตรงบ้านจิว)
9. บ้านสวนมะม่วง

มีประชากรทั้งหมดประมาณ 40,000 คน



### อาหารไทยสามัญสามโลก

ลักษณะภูมิประเทศของสาม โลกเป็นที่ราบลุ่มริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระขามีแม่น้ำไหลผ่านกลาง มีคำโบราณบอกว่า “ลาวอยู่ดอน มอญอยู่น้ำ” เพราะว่าเมื่อก่อนนี้การคมนาคม การค้าขาย ความสะดวกสบาย ต่างๆ ต้องอาศัยน้ำ สำหรับขนบธรรมเนียมประเพณีก็ยังมีอนุรักษ์อยู่ เช่น ประเพณีสงกรานต์ ประเพณี จุดลูกหนู ตักบาตรน้ำผึ้ง พิธีโกนจุก ตักบาตรพระร้อย เป็นต้น

วัฒนธรรมการกินของชาวมอญสามโลก ชังคงความเป็น “อาหารมอญท้องถิ่น” อาหารทุกประเภท ล้วนมีคุณค่าทางโภชนาการ เป็นทั้งอาหารบำรุงร่างกายและเป็นยารักษาโรค ในขณะเดียวกันยังแสดงถึง ภูมิปัญญาของคนมอญแต่โบราณอีกด้วย

อาหาร ไทยสามัญท้องถิ่นที่สำคัญของชาวมอญสาม โลก ได้แก่

1. แกงข้าวตัง
2. แกงลูกมะลิ
3. ข้าวขากู
4. แกงบอน (พะห้กราว)
5. แกงลูกสั้น (พะห้อะลือต)
6. แกงใบกระเพรา (สะกมหวานอะเพรา)
7. ปลาเค็มฝอย (กะเบอ)
8. แกงขอมะรุมถั่วเขียว (พะห้อะมอชะเคิง)
9. แกงมะตาด (พะห้อะปรีว)
10. แกงเผือกกล้วยคิบ ไก่บ้าน (พะห้อะปรีวคอกห้อยาน)
11. น้ำปลาข่า, ขนุนคัม (อะหรรอดกะจอมท์, อะเนอะห้เบอะห้)
12. แกงขี้เหล็ก (พิลห้ปะคัต)
13. แกงใบขอยอยกาบ (พะห้อะหนะจุกออะเน้าว)
14. แกงกล้วยคิบใบมะขามอ่อน (พะห้อะปรีวอะมอม่้ง ไก่กลน)
15. แกงผักบั้งหัวเผือกเม็ดพุทรา (พะห้อะเนิงห้วนกอหะมะอะ ไค่วห้)

และยังมีอาหารอื่นๆ หลายหลากชนิดรวมทั้งอาหารหวานที่มีอยู่มากมายอีกด้วย

ชาวมอญมีการปลูกพืชพรรณบางชนิดที่แตกต่าง ไปกว่าคนพื้นราบภาคกลางอื่นๆ ดังนั้นอาหาร การกินของชาวมอญจึงมีลักษณะพิเศษเฉพาะซึ่งจะหารับประทานที่อื่นๆ ไม่ได้ เช่น

แกงส้มพอเหมาะ มีลักษณะคล้ายแกงคั่วส้มหรือแกงส้ม ใส่เครื่องแกงส้มคั่วน้ำให้เดือดแล้ว ใส่ปลาสดลงไปคั่วสักพักหนึ่งจึงใส่ผักประกอบด้วยใบส้มพอเหมาะ กระเจี๊ยบฝัก หน่อไม้ มะเขือ ยอดฟักทอง

แกงมะตาด ใส่เครื่องแกงส้มลงหม้อเติมน้ำขึ้นตั้งไฟให้เดือด ใส่เนื้อหมูแล้วใส่ลูกมะตาด แกงมะลิ: ใช้น้ำพริกแกงส้ม แกงกับปลาข่า และผักมะลิ

แกงเอื้อง เครื่องแกงคล้ายแกงส้ม คือพริกแห้ง หอมแดง กระเทียม โดยเพิ่มตะไคร้ กระจาย  
แกใส่ปลาอย่างและคอกเอื้อง

แกงคอกจิว เป็นแกงส้มใส่ปลาอย่างหรือปลาสดก็ได้ ใส่คอกจิวสด

แกงพุทรา เครื่องปรุงนำพริกมีพริกแห้ง หอม กระเทียม ตะไคร้ กระจายเล็กน้อย เวลาแกงจะใส่  
ปลาร้า ถั่วแปบอ่อน โขลก พุทรา โขลกพอแตกลงไป ชิมรสตามใจชอบ

## 2.15 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมศรี เจริญเกียรติกุล และคณะ (2545) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง คุณค่าอาหารไทยเพื่อสุขภาพ  
สรุปได้ว่า ในปัจจุบันคนไทยมีการปรับเปลี่ยนการกินอาหารจากรูปแบบดั้งเดิม มาเป็นอาหารที่ได้รับ  
วัฒนธรรมจากตะวันตกมากขึ้นทำให้สถานการณ์ของปัญหาสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับโภชนาการ  
เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมและเริ่มทวีความรุนแรงขึ้นเห็นได้จากปัญหาโภชนาการที่เกิดจากการกินอาหาร  
ที่ไม่ถูกต้องทำให้สมดุลของสารอาหารเสียไปนำไปสู่การเกิดโรคเรื้อรังจากความเสื่อมของร่างกาย  
ซึ่งกำลังเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในทุกเพศและวัย ได้แก่ โรคหัวใจและหลอดเลือด โรคอ้วน เบาหวาน  
ความดันโลหิตสูง และโรคมะเร็งบางชนิด สาเหตุหลักคือคนไทยไม่ให้ความสำคัญกับอาหารไทย  
ในชีวิตประจำวันเท่าที่ควร ตลอดจนไม่ตระหนักถึงประโยชน์ของอาหารไทยคือสุขภาพ ดังนั้น  
การศึกษานี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและคัดเลือกอาหารไทยที่สมควรส่งเสริมให้เป็นอาหารไทย  
เพื่อสุขภาพ โดยการพัฒนาจัดปรับตำรับอาหารไทยต่างๆ ที่มีอยู่ให้เป็นตำรับอ้างอิง โดยคงเอกลักษณ์ของ  
ความเป็นไทยและมีคุณค่าทางโภชนาการที่ดี การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ โดยการสัมภาษณ์  
ผู้ใหญ่ไทยจำนวน 500 คนใน 4 ภูมิภาค รวมทั้งกรุงเทพมหานคร เพื่อสำรวจรายชื่ออาหารไทย  
ที่ยังคงได้รับความนิยมร่วมกับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหารไทย เพื่อให้ได้  
รายชื่ออาหารไทยที่ควรส่งเสริม จากนั้นจึงนำมาศึกษาดำรับและทำการทดสอบทางประสาทสัมผัสเพื่อ  
เป็นตำรับอาหารไทยอ้างอิง สำหรับวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการการศึกษานี้ได้พัฒนาตำรับอาหาร  
ไทยทั้งสิ้น 3 ประเภท คือ อาหารจานเดียว อาหารว่างและอาหารร่วมสำรับ จำนวน 21 ตำรับที่มีความหลากหลาย  
หลายของรสชาติและวิธีการปรุง ผลจากการวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการของอาหารไทยพบว่าอาหาร  
ไทยมีความหลากหลายของคุณค่าทางโภชนาการ เช่น พลังงานของอาหารไทยที่มีตั้งแต่พลังงานต่ำ  
ไปถึงพลังงานสูง อาหารไทยส่วนใหญ่มีการกระจายตัวของพลังงานที่ได้จากสารอาหารหลักอยู่ใน  
เกณฑ์ที่น่าพอใจอาหารไทยแต่ละสำรับมีจุดเด่นของตัวเองที่สามารถนำมาเลือกบริโภคให้เหมาะสมกับ  
ความต้องการและสภาวะของแต่ละบุคคล อาหารไทยแต่ละชนิดมีพลังงานและไขมันต่ำ ได้แก่ ขนมนจีน  
น้ำเงี้ยว ข้าวกับแกงเลียงหรือกับแกงส้มหรือกับต้มยำกุ้ง อาหารไทยที่มีธาตุเหล็กสูง ได้แก่ ขนมนจีนน้ำเงี้ยว  
ขนมนจีนน้ำยา ข้าวกับแกงเลียงหรือกับแกงส้มหรือกับห่อหมกปลาช่อนใบยอ อาหารไทยที่มีแคลเซียม  
ปานกลางถึงสูง ได้แก่ ข้าวคดลูกกะปิผัดไทย ข้าวกับน้ำพริกกะปิ ปลาทุทอด นอกจากคุณค่าทางโภชนาการ  
ของสารอาหารที่จำเป็นแล้ว อาหารไทยส่วนใหญ่ยังมีปริมาณใยอาหารอยู่ในเกณฑ์ที่ดี และมีปริมาณสาร

อาหารที่มีคุณสมบัติเป็นสารต้านอนุมูลอิสระอยู่ในเกณฑ์ที่น่าพอใจ เช่น วิตามินซี วิตามินอี และเบต้าแคโรทีน นอกจากนี้คุณค่าทางโภชนาการแล้วตำรับอาหารไทยต่างๆ ที่ทำการศึกษายังประกอบด้วยสารสังเคราะห์จากพืชหลายชนิดที่ได้จากเครื่องปรุงหลักคือจากพืชผักสมุนไพรและเครื่องเทศผลการศึกษาระบุให้เห็นว่าอาหารไทยเป็นอาหารที่มีศักยภาพสูงในการเป็นอาหารเพื่อสุขภาพจึงควรรณรงค์ให้ความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องกับคนไทยให้ตระหนักถึงความสำคัญของการบริโภคอาหารไทยที่มีต่อสุขภาพ ขณะเดียวกันควรมีการศึกษาวิจัยอย่างเป็นระบบและรวบรวมตำรับอาหารไทยให้มีความเป็นมาตรฐานสากลมากขึ้น ทั้งตำรับที่ควรที่อนุรักษ์ลักษณะดั้งเดิมของอาหารไทยและตำรับที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามวัตถุประสงค์ต่างๆ เพื่อผลทางสุขภาพ รวมทั้งการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับบทบาทของอาหารไทยที่มีต่อสุขภาพ เพื่อเป็นแนวทางสนับสนุนการบริโภคและส่งออกอาหารไทยสู่ตลาดโลก

เพลินใจ ดังคณะกุล และคณะ (2546) ศึกษาวิจัยเรื่อง ฤทธิ์ด้านสารอนุมูลอิสระของผักพื้นบ้านในอาหารเหนือและอาหารอีสาน งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณค่าทางโภชนาการฤทธิ์ด้านอนุมูลอิสระปริมาณสารฟีนอลิก ในอาหารภาคเหนือ และภาคอีสานที่มีผักพื้นบ้านเป็นส่วนผสม จำนวนทั้งสิ้น โดยเป็นอาหารเหนือ 10 ชนิด คือ แกงขนุนอ่อน แกงแค แกงซีดา แกงคองผักปลัง แกงคอกสะแล แกงผักเสี้ยว แกงผักหวานบ้าน แกงหยวกกล้วย แกงผักฮ้วน แกงส้ายอดใบมะขาม อาหารอีสาน 10 ชนิด คือ แกงคอกมะรุ้ม แกงคำ แกงสายบัว แกงหน่อไม้โบราณาง แกงเห็ด ละโจก แกงอ่อม ไก่ ซุบผักสะเม็ก ซุบมะเขือเทศเปราะ แกงป่นปลาใต้เครือหมาน้อย ลาบเทา โดยการทำอาหารที่มีตำรับเหมือนตำรับดั้งเดิมของภูมิภาคนั้นๆ ผลการวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการของอาหารเหนือมีโปรตีน ไขมัน ใยอาหาร และพลังงานอยู่ระหว่าง 3.33 – 13.12, 0.55 – 3.02, 1.20- 4.70 กรัม/100กรัม และ 36.12 – 96.65 กิโลแคลอรี/100 กรัม ตามลำดับ สำหรับอาหารอีสานมีโปรตีน ไขมัน ใยอาหารและพลังงานอยู่ในช่วง 1.69 – 5.05, 0.16 – 1.14, 0.90 -3.50 กรัม/100กรัม และ 12.24-64.73 กิโลแคลอรี/100กรัมแร่ธาตุที่ทำการวิเคราะห์ได้แก่ โซเดียม เหล็ก แคลเซียม ฟอสฟอรัส ทองแดง สังกะสี และซีเลเนียม ในส่วนของฤทธิ์ด้านอนุมูลอิสระของอาหารภาคเหนือ และภาคอีสานอยู่ในช่วง 48.42 – 225.70 และ 15.63- 157.62 มก.กรดแกลลิกเปรียบเทียบกับ/100 กรัมอาหาร ตามลำดับ

ศิริลักษณ์ สุวรรณ (2547) ความรู้และพฤติกรรมการบริโภคสมุนไพรในอาหารไทยของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐในกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

1. ความรู้เรื่องสมุนไพรในอาหารไทยของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐในกรุงเทพมหานคร

2. พฤติกรรมการบริโภคสมุนไพรในอาหารไทย

3. ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และพฤติกรรมการบริโภคสมุนไพรในอาหารไทย ใช้แบบทดสอบและแบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากนิสิตนักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐในกรุงเทพมหานครที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 443 คน ซึ่งได้จากประชากรด้วยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า นิสิตนักศึกษาร้อยละ 72.7 เป็นเพศหญิงอาศัยอยู่บ้านของบิดามารดา (64.6%) ส่วนใหญ่

ร้อยละ 98.4 และ 95.5 รับประทานอาหารมื้อกลางวันและมื้อเย็นตามลำดับ นิสิตนักศึกษาร้อยละ 35.4 ไม่รับประทานอาหารเช้า นิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่ซื้ออาหารรับประทานทั้งมื้อเช้า มื้อกลางวันและมื้อเย็น แหล่งข้อมูลของสมุนไพรในอาหารส่วนใหญ่ได้รับมาจากโทรทัศน์ หนังสือเรียน และนิตยสารสมุนไพรในอาหารไทยที่นิสิตนักศึกษารู้อย่างมากที่สุด คือ กระเทียม และสมุนไพรที่เป็นที่รู้จักน้อยที่สุดคือแมงลัก นิสิตนักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรในอาหารไทยในด้านลักษณะของสมุนไพรในระดับปานกลาง พฤติกรรมการบริโภคใบโหระพา ใบกะเพรา และใบแมงลัก กระเทียมและหอมแดงอยู่ในระดับสูง และพฤติกรรมการบริโภคมะกรูด ข่า กระชาย ขิง ตะไคร้ และพริกอยู่ในระดับต่ำ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความรู้ด้านคุณค่าของสมุนไพรที่มีต่อสุขภาพมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการบริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และความรู้ด้านลักษณะของสมุนไพรในอาหารไทยมีความสัมพันธ์เชิงลบ กับพฤติกรรมการบริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วิสิฐ จะวะสิต และคณะ (2537) ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาอาหารเพื่อสุขภาพ : อาหารสุรกะทิ สรุปได้ดังนี้ ปัญหาในการดำเนินการโภชนบำบัดในประเทศไทย คือ

1. แพทย์บางคนไม่มีเวลาในการดูแลผู้ป่วย
2. แพทย์มักห้ามผู้ป่วยกินอาหารทุกชนิด ทำให้ผู้ป่วยไม่สามารถที่จะปฏิบัติได้หรือไม่ยินยอมที่จะปฏิบัติตามเนื่องจากผู้ป่วยมีทางออกน้อย การที่โภชนบำบัดล้มเหลวทำให้ผู้ป่วยมีอาการหนักขึ้นและอาจเสียชีวิต อันเป็นการสูญเสียทั้งในแง่ค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลและทรัพยากรบุคคลด้วย ในต่างประเทศได้มีการพัฒนาอาหารเพื่อโภชนบำบัดที่มีรูปลักษณะ และรสชาติใกล้เคียงกับอาหารชนิดปกติที่ถูกสั่งให้กินในผู้ป่วย หรือผู้มีแนวโน้มที่จะป่วย โดยใช้สารเคมีทดแทนส่วนผสมบางชนิด อย่างไรก็ตามการศึกษาและค้นคว้าในด้านนี้จริงจริง มีน้อยมากในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยนี้ เพื่อทดลองผลิตอาหารไทยที่ผู้ป่วยโรคความดันโลหิตสูง เบาหวานและเส้นโลหิตอุดตัน ได้รับคำแนะนำให้รับประทาน คือ แกงกะทิ ซึ่งเป็นอาหารที่นิยมบริโภคในคนไทยทั่วไป โดยแบ่งการทดลองเป็น 2 ภาค คือ ภาคที่ 1 เพื่อพัฒนาสูตรสำหรับใช้เป็นอาหารในโรงพยาบาล สถานที่พักฟื้นคนชรา มุมจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ ฯลฯ และภาคที่ 2 เพื่อทดสอบความเป็นไปได้ของการผลิตในระดับอุตสาหกรรมในรูปของอาหารกระป๋อง การวิจัยในภาคที่ 1 ได้ทดลองใช้แคลเซียมเคซีเนด แป้งถั่วเหลืองหรือนมถั่วเหลือง และน้ำมันพืชถั่วเหลืองเพื่อทดแทนกะทิ เกลือโพแทสเซียมคลอไรด์เพื่อทดแทนเกลือและน้ำตาลบางส่วน และส่วนผสมของแอสปาร์แตมกับแซคคารีนเพื่อทดแทนน้ำตาล ทั้งนี้ได้ผลิตอาหารไทยชนิดควาทั้งสิ้น 11 ชนิด โดยอาหารแต่ละชนิด ผลิตโดยใช้สูตรดั้งเดิม (ไม่ใช้สารทดแทน) และสูตรที่ใช้สารทดแทน 2 กลุ่ม คือสูตรทดแทนกลุ่มที่ 1 ซึ่งใช้ แคลเซียมเคซีเนด หรือแป้งถั่วเหลือง และสูตรทดแทนกลุ่มที่ 2 ซึ่งใช้น้ำมันถั่วเหลือง ในส่วนทดแทนกะทิร่วมกับน้ำมันพืชถั่วเหลือง คุณสมบัติทางเคมีของอาหารที่ใช้สารทดแทนทั้ง 2 กลุ่มเหมาะสำหรับโภชนบำบัด เนื่องจากมีปริมาณกรดไขมันเลว และไขมันเลวสูงถึงร้อยละ 40-50 และร้อยละ 2.0-4.6 ของปริมาณ ไขมันทั้งหมด ตามลำดับ ในขณะที่ปริมาณกรดไขมันจำเป็นในอาหารสูตรดั้งเดิมมีเพียงร้อยละ 1-10 และ 0-1 ของปริมาณ ไขมันทั้งหมด อัตราส่วนของกรดไขมันไม่อิ่มตัว

หลายตำแหน่งคอกรดไขมันอิ่มตัว (PUFA/S) ของอาหารสูตรทดแทนมีค่าประมาณ 2-3 ซึ่งสูงกว่า 1 จึงเหมาะสมเป็นอาหารสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาเบาหวาน ความดันโลหิตสูงและเส้นโลหิตอุดตัน ในขณะที่ค่า PUFA/S ของอาหารสูตรดั้งเดิมเป็นเพียง 0.1-0.22 ส่วนปริมาณโซเดียมในสูตรที่ใช้สารทดแทนลดต่ำกว่าในสูตรดั้งเดิมร้อยละ 20-49 ปริมาณน้ำตาลในสูตรทดแทนทั้งสองต่ำกว่าในสูตรดั้งเดิมร้อยละ 68-86 ต้นทุนอาหารสูตรที่ใช้น้ำมันถั่วเหลืองที่ใช้ทดแทนใกล้เคียงกับอาหารสูตรดั้งเดิม แต่สูตรที่ใช้แคลเซียมเคซิเนตมีราคาสูงกว่า 1-2 บาท / 125 กรัมอาหารทั้ง 33 สูตร ได้ถูกนำมาทดสอบการยอมรับทางประสาทสัมผัส โดยเจ้าหน้าที่ของสถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล จำนวน 36-52 คน อาหารสูตรทดแทนทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่ถูกตัดสินว่ามีรูปลักษณะ และรสชาติอยู่ในเกณฑ์ชอบเล็กน้อยถึงชอบปานกลาง อาหารสูตรทดแทนที่ถูกพัฒนาขึ้นส่วนนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการผลิตอาหาร เพื่อโภชนบำบัดในโรงพยาบาล สถานที่พักฟื้นคนชรา และเพื่อจำหน่ายในรูปอาหารพร้อมบริโภค ทั้งนี้โรงพยาบาลที่ห่างจากตัวเมืองสามารถเลือกใช้ส่วนผสมที่หาง่ายแต่อาจเสียเวลาเตรียม เช่น น้ำมันถั่วเหลือง ส่วนในโรงพยาบาลในเขตเมืองสามารถเลือกใช้ส่วนผสมที่ใช้ได้สะดวก เช่น แคลเซียมเคซิเนต หลังจากที่ได้ทดลองผลิตอาหารทั้ง 11 ชนิดในระดับอุตสาหกรรมในรูปอาหารกระป๋อง พบว่าจำเป็นต้องมีการปรับปรุงสูตรอีกเพื่อให้ยังมีคุณลักษณะที่ยอมรับได้หลังจากผ่านความร้อนสูงจากกระบวนการผลิต โดยอาหารส่วนใหญ่ใช้แคลเซียมเคซิเนตและน้ำมันพืชถั่วเหลืองเป็นสารทดแทนกะทิ ส่วนการทดแทนน้ำตาลใช้น้ำตาลบางส่วน แซคคารินและซอร์บิทอล น้ำปลาผสมที่ใช้ได้ลดปริมาณเกลือลง รวร้อยละ 75 โดยใช้เกลือโพแตสเซียมคลอไรด์โพแตสเซียมคลอไรด์ทดแทน นอกจากนี้ยังมีการใช้ผงชูรสผสมกับสาร Disodium 5' Inosinate และสาร Disodium 5' Guanylate และ DL-Alanine เป็นสารชูรสและใช้กัวกัมเป็นสารปรับความข้นใสของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์บรรจุในกระป๋อง (Tin can) ขนาด 300 x 108 โดยใช้ปริมาณความร้อนในการฆ่าเชื้อที่กำหนดให้ค่า  $F_0$  สูงกว่า หรือเท่ากับ 7.0 การปรับปรุงสูตรไม่ได้เปลี่ยนแปลง คุณสมบัติทางเคมีของผลิตภัณฑ์จากการพัฒนาสูตรในครั้งแรกมากนัก ผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋องเหล่านี้ ถูกนำไปทดสอบการยอมรับผลิตภัณฑ์ระดับครัวเรือน (Home use Acceptability Test) ในผู้ที่มีอายุส่วนใหญ่ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 55 คน หรือมากกว่าต่อสูตร ซึ่งส่วนใหญ่มีอาการ โรค Degenerative และถูกสั่งให้หรือต้องควบคุมอาหารที่มีกะทิปนอยู่ ปริมาณน้ำตาลและปริมาณโซเดียมผู้ทดสอบเหล่านั้นระบุว่าไม่นิยมบริโภคอาหารกระป๋องนัก ผลการทดสอบการยอมรับในแง่ลักษณะผลิตภัณฑ์จากการมองและคนดู และคุณภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ระหว่างบอกไม่ได้ว่าชอบหรือไม่ชอบ กับชอบ (3.0-3.5) บนตารางความชอบ 5 จุด (1: ไม่ชอบมาก 3: บอกไม่ดีกว่าชอบหรือไม่ชอบ 5: ชอบมาก) ต้นทุนราคาวัตถุดิบของผลิตภัณฑ์เหล่านี้ในช่วงราคา 5.43-7.56 บาท ต่อกระป๋อง ผู้ทดสอบราวร้อยละ 50 ระบุว่าซื้อผลิตภัณฑ์เหล่านี้ในราคากระป๋องละ 15 บาท เนื่องจากต้องการควบคุมสุขภาพ เป็นราคาที่เหมาะสม และเชื่อถือในแง่ของคุณภาพ ส่วนอีกประมาณร้อยละ 50 ระบุว่าไม่ซื้อเนื่องจากราคาแพงไป และไม่ชอบอาหารกระป๋อง ผลิตภัณฑ์น่าจะเป็นที่สนใจของบุคคลกลุ่มที่อยู่ในวัยทำงาน ซึ่งมีปัญหาสุขภาพมากกว่าในกลุ่มผู้สูงอายุ การผลิตผลิตภัณฑ์นี้ในระดับอุตสาหกรรมสามารถทำได้ แต่ในระยะเริ่มต้นควรผลิตในอุตสาหกรรมอาหารที่มีการผลิตอาหารกระป๋องประเภทความเป็นกรดต่ำอยู่แล้ว

สถาบันจิตวิทยาความมั่นคง (2545) ศึกษาเฉพาะกรณีเรื่อง อาหารจากไทยก้าวไกลสู่ครัวโลก สรุปว่าผลิตภัณฑ์อาหารของประเทศไทยก้าวไกลสู่ครัวโลก เป็นการศึกษาอุตสาหกรรมอาหารตาม โครงสร้างการผลิตไม่รวมอาหารสัตว์ โดยเน้นศึกษาแนวทางในการผลักดันให้อาหารไทยเป็น อาหารที่คนทั่วโลกรู้จัก รวมทั้งเพื่อศึกษาถึงการส่งเสริมให้ประเทศไทยมีส่วนแบ่งทางการตลาดและมีช่องทางทางการตลาดเพิ่มขึ้น คณะผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาแบบพรรณนาและการศึกษาโดยใช้ข้อมูล จากเอกสาร ด้วยข้อมูลที่ป็นข้อมูลทุติยภูมิจากหนังสือ ตำรา บทความ เอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้องแผน พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 ร่างแผนแม่บทอุตสาหกรรมอาหาร รวมทั้งแผนงาน โครงการ กฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต่ออุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย แล้วนำมาประมวลสรุปเพื่อเสนอแนะ แนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหาร ไทยให้สู่ตลาดโลก

ทัศนีย์ ลิ้มสุวรรณ (2548) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพของอาหารไทย เพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยว จากการศึกษพบว่า การพัฒนาศักยภาพของอาหารไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นงาน วิจัยที่มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติต่อการบริการ อาหาร ไทย ในจังหวัดท่องเที่ยว ปัญหาและอุปสรรคในการบริการอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยว แนวทางการ พัฒนาศักยภาพอาหารไทยสำหรับนักท่องเที่ยวและแนวทางการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนา ศักยภาพของอาหารไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยสุ่มเลือกจังหวัดที่ศึกษาแบบเจาะจงเลือกจาก ภูมิภาคต่างๆ ประกอบด้วยจังหวัดกาญจนบุรี ชลบุรี เชียงใหม่ นครราชสีมา ภูเก็ต สุราษฎร์ธานีและ กรุงเทพมหานคร รวม 7 จังหวัด

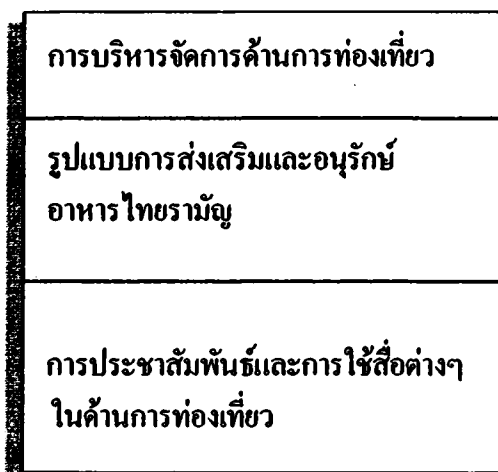
สุรัชย์ จิวเจริญสกุล และคณะ (2548) การพัฒนารูปแบบการสร้างระบบธุรกิจร้านอาหาร ไทยมีอาชีพ ในการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว การก้าวให้ทันโลกต้องมีการปรับปรุงระบบเพื่อความก้าวหน้า ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ส่งผลให้เกิดการพัฒนาทางเศรษฐกิจ ในหลายๆ ด้านทั้งนี้การพัฒนารูปแบบการสร้างระบบธุรกิจร้านอาหารไทย จึงเป็นสิ่งสำคัญในการที่จะหารูปแบบการให้การศึกษา แก่ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยหรือผู้ที่จะเริ่มทำธุรกิจร้านอาหารไทย ได้รับความรู้และมีทิศทาง การทำธุรกิจ

เพลินใจ ดังคณะกุล และคณะ (2548) วิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารไทยสุขภาพเสริม ยุทธศาสตร์ครัวไทยสู่โลก การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารไทยสุขภาพเสริมยุทธศาสตร์ครัวไทยสู่โลก เหตุใดจึงเสริมยุทธศาสตร์ผลิตภัณฑ์อาหารไทยที่ผลิตและส่งออกไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศนั้น ส่วนใหญ่เป็นอาหารไทยชนิดเค็มๆ ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดี ได้แก่ คัมยำ แกงเขียวหวาน คัม ข่าไก่ผัดไทย แกงเผ็ดไก่ เป็นต้น เสมือนว่าอาหารไทยมีอยู่ไม่กี่ชนิด ทั้งๆ ที่ยังมีอาหารไทยอีกหลายชนิด ซึ่งเป็นที่ยอมรับ ของชาวต่างประเทศ ดังจะเห็นได้จากอาหารภาคเหนือที่มีเอกลักษณ์ อาทิเช่น น้ำพริกฮ่อง และ ข้าวเหนียวคำเป็ยก เป็นต้น อีกทั้งจุดขายที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะวัฒนธรรมไทย คือ กลุ่มอาหาร ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ไทยสูงใช้วัตถุดิบทางการเกษตร พืชผักสมุนไพร เครื่องเทศของท้องถิ่นมา ผสมผสานกันให้ได้ สี กลิ่นรสชาติ ชวนรับประทาน สามารถผลิตได้เฉพาะในประเทศไทยยากที่จะ ผลิตในประเทศอื่น จึงทำให้ผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้มีมูลค่าต่อหน่วยสูง แต่ทั้งนี้อาหาร ไทยกลุ่มนี้จำเป็นต้อง

มีการพัฒนาส่งเสริมด้านการวิจัยตลาด ความต้องการของผู้บริโภคและพฤติกรรมของผู้บริโภคอาหาร  
 อย่างเป็นระบบส่งผลให้รัฐบาลไทยเล็งเห็นความสำคัญให้การสนับสนุนส่งเสริม เพื่อให้ภาพลักษณ์  
 อาหารไทยมีความน่าสนใจต่อชาวต่างประเทศมากขึ้น การเสริมยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาอาหารไทยสุขภาพ  
 ภาพลักษณ์ที่ต้องให้ความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารไทย สุขภาพ เสริมยุทธศาสตร์ครัวไทย  
 สู่อุตสาหกรรม รสชาติ ราคา คุณค่าต่อสุขภาพ (Health Foods) อีกทั้ง จะต้องมีความสะดวกในการ  
 บริโภค เป็นอาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป และปรุงสด ปรับตำรับ รสชาติ ให้ถูกรสนิยมของผู้บริโภคใน  
 แต่ละประเทศ เน้นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มุ่งเจาะตลาดเฉพาะและการสร้างแบรนด์เนม ใช้บรรจุภัณฑ์  
 ที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่น่าสนใจและสอดคล้องกับความนิยมของผู้บริโภค เน้นจุดขายที่มีความเป็น  
 เอกลักษณ์เฉพาะวัฒนธรรมไทย ซึ่งกลุ่มอาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์ไทยสูงคืออาหารพื้นบ้าน  
 ผลิตภัณฑ์อาหารไทยในบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว 7 ชนิด ได้แก่ แกงกะหรีไก่ หมูสะเต๊ะ น้ำจิ้มหมูสะเต๊ะ  
 น้ำยำ น้ำพริกอ่อน ใส่อั่วและข้าวเหนียวดำเปียกเผือกมีคุณค่าทางโภชนาการ พบว่า หมูสะเต๊ะ ใส่อั่วและ  
 แกงกะหรีไก่ ให้โปรตีนมากกว่า 30% Thai RDI ข้าวเหนียวดำเปียกเผือกให้ใยอาหารมากกว่า  
 อาหารชนิดอื่นๆ คือ 15% Thai RDI ผลิตภัณฑ์พร้อมบริโภค 5 ชนิด คือน้ำพริกอ่อน ใส่อั่ว แกงกะหรีไก่  
 ข้าวเหนียวดำเปียกเผือก และ หมูสะเต๊ะ มีฤทธิ์ด้านสารอนุมูลอิสระเท่ากับ 23.54 19.08 10.85 7.46 และ  
 5.82 มิลลิกรัม มีสารประกอบฟีนอลิก 55.93 58.28 32.98 14.53 และ 26.78 มิลลิกรัมการพัฒนา  
 อาหารไทยชนิดใหม่ๆ ให้บรรลุเป้าหมาย ก็คือการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ชนิดพร้อมบริโภค  
 และชนิดพร้อมปรุง อยู่ในบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมสอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในตลาด  
 ต่างประเทศ จะต้องมีคุณภาพทางประสาทสัมผัสที่ตรงกับรสนิยมของผู้บริโภคในประเทศนั้นๆ เพื่อ  
 นำไปขยายผลให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ประกอบการด้านอาหาร อันเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการ  
 แข่งขันให้กับอุตสาหกรรมอาหารของไทย

## 2.16 กรอบแนวความคิด

### ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)



### ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

แนวทางการส่งเสริมและพัฒนา  
การท่องเที่ยวอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี  
โดยอาศัยอาหารไทยรมัญ



### บทที่ 3

### วิธีวิจัย

การศึกษานี้มีพื้นฐานเรื่อง “แนวทางการส่งเสริมและพัฒนากาท่องเที่ยวอำเภอสาม โลก จังหวัด ปทุมธานี กรณีศึกษา : อาหารไทยรามัญ” เป็นการศึกษาร่วมกับสารนิพนธ์เรื่อง “แนวทางการส่งเสริมและ พัฒนากาท่องเที่ยวอำเภอสาม โลก จังหวัดปทุมธานี กรณีศึกษา : การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และ ภูมิปัญญา ท้องถิ่น” โดยนางสาวพรณี งามสมบัติ และเรื่อง “แนวทางการส่งเสริมและพัฒนากาท่องเที่ยวอำเภอ สาม โลก จังหวัดปทุมธานี กรณีศึกษา : หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” โดยนายเวทิน ศันสนิยเวทย์ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว อาหารไทยรามัญ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และภูมิปัญญา ท้องถิ่น หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อต่างๆ ในด้านการท่องเที่ยว คุณลักษณะและปัจจัยที่สำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพที่สามารถเอื้ออำนวยต่อการพัฒนากาท่องเที่ยว ให้ยั่งยืนต่อไป โดยมีขั้นตอนในการศึกษาดังนี้

#### 3.1 แหล่งข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาจำนวน 128 คน ได้แก่

3.1 ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ภาครัฐของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย/องค์กรภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 3 คน

3.2 ประธาน/รองประธาน/เจ้าหน้าที่บริหารงานองค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชน จำนวน 15 คน

3.3 ผู้ประกอบการภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง จำนวน 10 คน

ผู้ให้สัมภาษณ์และตอบแบบสอบถามแนวทางการส่งเสริมและพัฒนากาท่องเที่ยวอำเภอ สาม โลก จังหวัดปทุมธานี กรณีศึกษา : อาหารไทยรามัญ

เชิงคุณภาพ ได้แก่

1. ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ภาครัฐของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย/องค์กรภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 3 คน

- |                            |   |
|----------------------------|---|
| 1.1 นายวีรวัฒน์ วงศ์ศุภไทย | นายกสมาคมการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี                   |
| 1.2 นางไพรวลัย ศรีเทพ      | ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการ<br>จังหวัดปทุมธานี |
| 1.3 นางลัทธมา ธารีเกษ      | วัฒนธรรมอำเภอสาม โลก                                    |

**2. ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลผู้นำชุมชน จำนวน 15 คน**

2.1 นายชอด ภูเฉลิมตระกูล	นายกองค์การบริหารส่วนตำบลคลองควาย
2.2 นางกานดา ปฐวีรัตน์	ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลคลองควาย
2.3 นายสวิง แก้วทอง	รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบล เชียงรากน้อย
2.4 นายดวัลย์ เกรียงษ์	ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลสามโคก
2.5 นางพัชร วิริสิการณั	เจ้าหน้าที่บริหารทั่วไปองค์การบริหารส่วนตำบลสามโคก
2.6 นายบุญส่ง ลาวเนือง	กำนันตำบลสามโคก
2.7 นายเชชา เครือโชติ	ผู้ใหญ่บ้านทางยาว หมู่ที่ 8 ตำบลคลองควาย
2.8 นายสุทธิ พักตร์เพียงจันทร์	ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านทางยาว หมู่ที่ 8 ตำบลคลองควาย
2.9 นายบุญชู ทองประยงค์	ปราชญ์ชาวบ้านตำบลคลองควาย
2.10 นายพะยอม สุขสมิตร	ปราชญ์ชาวบ้านตำบลคลองควาย
2.11 นายหมื่น จักรกลม	ปราชญ์ชาวบ้านตำบลเชียงรากน้อย
2.12 นายสากล เกษมสวัสดิ์	ปราชญ์ชาวบ้านตำบลเชียงรากน้อย
2.13 นายมาณพ แก้วหยก	ปราชญ์ชาวบ้านตำบลเชียงรากน้อย
2.14 นายนวม สุขคำ	ปราชญ์ชาวบ้านตำบลสามโคก
2.15 นายบุญส่ง โคมลอย	ปราชญ์ชาวบ้านตำบลคลองควาย

**3. ผู้ประกอบการภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง จำนวน 10 คน**

3.1 นางบุญธรรม แสงพลอย	ตำบลสามโคก
3.2 นางทองดี ดอกสี	ตำบลสามโคก
3.3 นางวาสนา เหมจันทร์	ตำบลสามโคก
3.4 นางสุมาลี เครือแดง	ตำบลสามโคก
3.5 นางสี อานน้อย	ตำบลสามโคก
3.6 นางอำนวยการ ลางคุณแสน	ตำบลคลองควาย
3.7 นางสุกัศษา ศรีสุวรรณ	ตำบลคลองควาย
3.8 นางประสิทธิ์ นิยมวงศ์	ตำบลคลองควาย
3.9 นางสมพร พุ่มไทย	ตำบลเชียงรากน้อย
3.10 นางประทุม เพชรงาม	ตำบลเชียงรากน้อย

**เชิงปริมาณ ได้แก่**

1. ประชาชนในพื้นที่จำนวน 90 คน
2. นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 10 คน

จำนวน 100 คน เป็นการสุ่มตัวอย่างง่าย ๆ (Sample Random Sampling) อาศัยการสุ่มโดยบังเอิญ (Acidental Sampling)

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ประกอบด้วย

1. แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีประเด็นคำถามดังนี้

1. ความเป็นมาของการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี
2. นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี
3. แผนเชิงรุก / แผนปฏิบัติการเชิงพื้นที่ (แผนระยะสั้น / ระยะยาว)
4. การพัฒนาการท่องเที่ยวกับยุทธศาสตร์จังหวัดปทุมธานี
5. ความสำเร็จ / ความล้มเหลว / ปัญหา อุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่

อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

6. องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

7. ลักษณะและรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ด้าน

การท่องเที่ยว (กายภาพ) ด้านการบริหาร ด้านงบประมาณ (เงินทุน) ด้านการสาธารณสุข โภค ด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูลข่าวสาร ด้านการตลาด ด้านบุคลากร และ ด้านอื่นๆ

8. กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี

9. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สำคัญของอำเภอสามโคก จังหวัด

ปทุมธานี

10. การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวภายในอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

11. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

12. การตลาดและการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ใน

ปัจจุบันเป็นอย่างไร

13. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

2. แบบสอบถาม ประธาน/รองประธาน/เจ้าหน้าที่บริหารงานองค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชน จำนวน 15 คน มีประเด็นคำถาม ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งปัจจุบัน ระยะเวลาที่ดำรงตำแหน่ง ท่านเคยเข้าร่วมประชุม / อบรม ด้านการท่องเที่ยวหรือไม่ ท่านมีการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่นบ้างหรือไม่

ตอนที่ 2 รูปแบบกิจกรรมในท้องถิ่นหรือการบริหารจัดการ ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของท่านมีอะไรบ้าง การบริหารจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ได้แก่

- การเที่ยวชม โบราณสถานแห่งประวัติศาสตร์
  - การท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี
  - การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น
  - การท่องเที่ยวเชิงเกษตร
  - การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
  - การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนา
  - การเที่ยวชมและสัมผัสชีวิตของคนในท้องถิ่น
  - การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา
  - การท่องเที่ยวความสนใจพิเศษ
  - การบริหารจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น
- ตอนที่ 3 การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว

- การมีส่วนร่วมในการกำหนดปัญหา
- การมีส่วนร่วมในการวางแผน
- การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและการปฏิบัติ
- การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล
- การมีส่วนร่วมในการบำรุงรักษาและปรับปรุงแก้ไข
- การมีส่วนร่วมในการจัดการผลประโยชน์

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

- องค์กรของท่านได้รับประโยชน์จากการมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง
- ปัญหาอุปสรรคเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่นมีอะไรบ้าง
- ข้อเสนอแนะ

3. ผู้ประกอบการภาคเอกชน มีประเด็นในการสอบถาม ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ประเภทสถานประกอบการ ลักษณะการเป็นเจ้าของธุรกิจ จำนวนแรงงานในสถานประกอบการ จำนวนปีที่ตั้งกิจการ ประเภทลูกค้า

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ขีดความสามารถ

- การวิเคราะห์ขีดความสามารถด้านการตลาด ได้แก่ ลักษณะของผลิตภัณฑ์
- การบริการ / กิจกรรมที่ดำเนินการ การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ สถานที่ / สภาพแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวก / การคมนาคม การส่งเสริมการขาย (การพัฒนาข้อมูลข่าวสาร / การประชาสัมพันธ์) และมีจุดแข็ง จุดอ่อน อย่งไรบ้าง

- การวิเคราะห์ขีดความสามารถด้านการบริหารจัดการ ได้แก่ การผลิตสินค้า / บริการ / กิจกรรมทางการท่องเที่ยวในพื้นที่มีศักยภาพเพียงใด การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวที่ผ่านมาและในอนาคต กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นอย่างไร และมีจุดแข็ง จุดอ่อน อย่งไร

ตอนที่ 3 การมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ระดับใด

- ร่วมคิด วิเคราะห์สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ระดับใด
- ร่วมวางแผนการบริหารและกำหนดกิจกรรม
- ร่วมดำเนินการ
- ร่วมสนับสนุนงบประมาณ
- มีส่วนร่วมรับประโยชน์จากกิจกรรม
- ร่วมติดตามประเมินผล
- ร่วมแก้ไขปัญหา/พัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

#### ตอนที่ 4 อาหารไทยรมัญญ

- ทรัพยากรท้องถิ่น
- งบประมาณ
- กลุ่มประกอบการอาหารไทยรมัญญ
- การสร้างเครือข่ายและบริหารจัดการ
- ภูมิปัญญาท้องถิ่น
- การส่งเสริมการผลิตอาหารไทยรมัญญ
- ความเข้มแข็ง ความสามัคคีและเอื้ออาทรของชุมชน

#### ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

#### 4. แบบสอบถามประชาชน มีประเด็นในการสอบถาม ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศอายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพปัจจุบัน เวลาอาศัยอยู่ในชุมชน

ตอนที่ 2 รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

- ในท้องถิ่นมีการท่องเที่ยวประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- การท่องเที่ยวประเภทใดในท้องถิ่นของท่านมีนักท่องเที่ยวนิยมนิยมมาเที่ยว (โปรดจัดลำดับความ

#### สำคัญ 3 ลำดับ)

ตอนที่ 3 การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว

- การมีส่วนร่วมในการกำหนดปัญหา
- การมีส่วนร่วมในการวางแผน
- การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและการปฏิบัติ
- การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล
- การมีส่วนร่วมในการบำรุงรักษาและปรับปรุงแก้ไข
- การมีส่วนร่วมในการจัดการผลประโยชน์

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

- ท่านได้รับประโยชน์จากการมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการท่องเที่ยวของท้องถิ่น อย่างไรบ้าง
- ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นอย่างไรบ้าง

### 5. แบบสอบถามนักท่องเที่ยวไทย มีประเด็นคำถาม ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ปัจจุบันประกอบอาชีพอะไร วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้จากสื่อใด

ตอนที่ 2 กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว

- ท่านสนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวใดบ้างที่มีในจังหวัดนี้ (โปรดลำดับความสำคัญ 3 ลำดับ)

- ระบุสถานที่ท่องเที่ยว

- สถานที่ท่องเที่ยวที่สนใจและจะเดินทางต่อไปจากสถานที่แห่งนี้

- เหตุผลในการตัดสินใจในการเลือกไปยังสถานที่ดังกล่าว

ตอนที่ 3 คุณลักษณะหรือปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยว

- ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

- การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

- ลักษณะทางสังคม

- มิติทางศิลปวัฒนธรรม

- คุณค่าทางการเรียนรู้และการศึกษา

- การบริหารจัดการ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ข้อมูลทั้งหมดมีจำนวน 128 ฉบับ ดังนี้

1. ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ภาครัฐของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย/องค์กรภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 3 ฉบับ
2. ประธาน/รองประธาน/เจ้าหน้าที่บริหารงานองค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชน จำนวน 15 ฉบับ
3. ผู้ประกอบการภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง จำนวน 10 ฉบับ
4. ประชาชนในพื้นที่ จำนวน 90 ฉบับ
5. นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 10 ฉบับ

คณะผู้ศึกษาได้ข้อมูลมาตรวจสอบความสมบูรณ์ ซึ่งแบบสัมภาษณ์นำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ส่วนแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น

1. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึก และนำเสนอด้วยการพรรณนา

- แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ภาครัฐ แปลความหมายโดยการพรรณนา

2. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มประธาน/รองประธาน/เจ้าหน้าที่บริหารงานองค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชน ใช้การวิเคราะห์ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ในการหาค่าความถี่ ร้อยละ สำหรับคำถามที่เป็นแบบเลือกตอบ และการวิเคราะห์เนื้อหาสำหรับข้อคำถาม ที่เป็นแบบปลายเปิด ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป แปลความหมายโดยการหาค่าความถี่และร้อยละ

ตอนที่ 2 รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว แปลความหมายโดยการหาค่าความถี่และร้อยละ

ตอนที่ 3 การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5	หมายถึง	บ่อยที่สุด
4	หมายถึง	บ่อย
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	นานๆ ครั้ง
1	หมายถึง	ไม่เคย

ระดับค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว แปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ระดับค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21-5.00	บ่อยที่สุด
3.41-4.20	บ่อย
2.61-3.40	ปานกลาง
1.81-2.60	นานๆ ครั้ง
1.00-1.80	ไม่เคย

ตอนที่ 4 วิเคราะห์เนื้อหาสำหรับคำถามปลายเปิด

3. ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามกลุ่มผู้ประกอบการ ใช้การวิเคราะห์ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยการหาค่าความถี่ ร้อยละ สำหรับคำถามที่เป็นแบบเลือกตอบ และการวิเคราะห์เนื้อหาสำหรับข้อคำถามที่เป็นปลายเปิด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป แปลความหมายโดยการหาค่าความถี่และร้อยละ

ตอนที่ 2 รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว แปลความหมายโดยการหาค่าความถี่และร้อยละ

ตอนที่ 3 ข้อมูลกลยุทธ์ทางการตลาด แปลความหมาย โดยการหาค่าความถี่และร้อยละ

ตอนที่ 4 กลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ดึงดูดลูกค้าเข้ามาใช้บริการ

4.1 กลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ดึงดูดลูกค้าแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	ไม่เคย

ระดับค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว แปลความหมาย

ของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ระดับค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21-5.00	มากที่สุด
3.41-4.20	มาก
2.61-3.40	ปานกลาง
1.81-2.60	น้อย
1.00-1.80	ไม่เคย

4.2 การสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า แปลความหมาย โดยการหาค่าความถี่

และร้อยละ

4.3 ปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	ไม่เคย

ระดับค่าเฉลี่ยปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการ แปลความหมาย

ของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ระดับค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21-5.00	มากที่สุด
3.41-4.20	มาก



2.61-3.40	ปานกลาง
1.81-2.60	น้อย
1.00-1.80	ไม่เคย

4.4 การสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าแปลความหมายโดยการหาค่าความถี่ และร้อยละ

4.5 การวิเคราะห์ขีดความสามารถแปลความหมายโดยการหา SWOT Analysis

ตอนที่ 5 วิเคราะห์เนื้อหาสำหรับคำถามปลายเปิด

4. ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามประชาชนทั่วไป 3 ตำบล ใช้การวิเคราะห์ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยการหาค่าความถี่ ร้อยละ สำหรับคำถามที่เป็นแบบเลือกตอบ การหาค่าเฉลี่ยแบบถ่วงน้ำหนัก สำหรับคำถามแบบจัดอันดับ และการวิเคราะห์เนื้อหาสำหรับข้อความที่เป็นปลายเปิด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปแปลความหมายโดยการหาค่าความถี่และร้อยละ

ตอนที่ 2 รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว แปลความหมายโดยการหาค่าความถี่และร้อยละ

ตอนที่ 3 กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม แปลความหมายโดยการหาค่าถ่วงน้ำหนัก

ตอนที่ 4 การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

ดังนี้

5	หมายถึง	บ่อยที่สุด
4	หมายถึง	บ่อย
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	นานๆ ครั้ง
1	หมายถึง	ไม่เคย

คะแนนของระดับประเมินมารวบรวมหาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ระดับค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21-5.00	บ่อยที่สุด
3.41-4.20	บ่อย
2.61-3.40	ปานกลาง
1.81-2.60	นานๆ ครั้ง
1.00-1.80	ไม่เคย

ตอนที่ 5 วิเคราะห์เนื้อหาสำหรับคำถามปลายเปิด

5. ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามนักท่องเที่ยว ใช้การวิเคราะห์ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยการหาค่าความถี่ ร้อยละ สำหรับคำถามที่เป็นแบบเลือกตอบ การหาค่าเฉลี่ยแบบถ่วงน้ำหนัก สำหรับคำถามแบบจัดอันดับ และการวิเคราะห์เนื้อหาสำหรับข้อความที่เป็นปลายเปิด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป แปลความหมายโดยการหาค่าความถี่และร้อยละ

ตอนที่ 2 กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม แปลความหมายโดยการหาค่าถ่วงน้ำหนัก

ตอนที่ 3 ความสนใจและเหตุผลที่จะเดินทางต่อไปยังสถานที่ใกล้เคียง แปลความหมาย

โดยการหาค่าความถี่และร้อยละ

ตอนที่ 4 คุณลักษณะหรือปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 5

ระดับ ดังนี้

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

คะแนนของระดับประเมินมารวบรวมหาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ระดับค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21-5.00	มากที่สุด
3.41-4.20	มาก
2.61-3.40	ปานกลาง
1.81-2.60	น้อย
1.00-1.80	น้อยที่สุด

ตอนที่ 5 วิเคราะห์เนื้อหาสำหรับคำถามปลายเปิด

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาสารนิพนธ์เรื่อง “แนวทางการส่งเสริมและพัฒนากองท่องเที่ยวอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี กรณีศึกษา : อาหารไทยรมัญ” เป็นการศึกษาาร่วมกับสารนิพนธ์เรื่อง “แนวทางการส่งเสริมและพัฒนากองท่องเที่ยวอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี กรณีศึกษา : การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และ ภูมิปัญญาท้องถิ่น” โดยนางสาวพรรณิ งามสมบัติ และเรื่อง “แนวทางการส่งเสริมและพัฒนากองท่องเที่ยวอำเภอสามโคกจังหวัด ปทุมธานี กรณีศึกษา: หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” โดยนายเวทิน ศันสนีย์เวช ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว อาหารไทยรมัญ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อต่างๆ ในด้านการท่องเที่ยว คุณลักษณะและปัจจัยที่สำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพที่สามารถเอื้ออำนวยต่อการพัฒนากองท่องเที่ยวให้ยั่งยืน ผู้ศึกษาขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

#### กลุ่มที่ 1 เจริญคุณภาพ ได้แก่

1. ผู้บริหารภาคเอกชนและเจ้าหน้าที่ภาครัฐของกระทรวงการท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
2. ประธาน/รองประธาน/เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชน
3. ผู้ประกอบการภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

#### กลุ่มที่ 2 เจริญปริมาณ ได้แก่

1. ประชาชนในพื้นที่
2. นักท่องเที่ยว

#### โดยใช้พื้นที่ที่ทำการศึกษา 3 ตำบล ดังนี้

1. ตำบลสามโคก อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี
2. ตำบลคลองควาย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี
3. ตำบลเชียงรากน้อย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวนอำเภอสามโคก กรณีศึกษา : อาหารไทยรมัญ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

กลุ่มผู้บริหารภาคเอกชนและเจ้าหน้าที่ภาครัฐกระทรวงการท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

### 1. ความเป็นมาของการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดปทุมธานี เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบการพัฒนาบริการ การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี ติดตามประเมินผลการดำเนินงานของหน่วยงานที่ทำหน้าที่ ด้านการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ของท้องถิ่น โดยเป็นผู้ให้นโยบาย แผน และติดตามประเมินผล การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี ปัจจุบันได้ดำเนินกิจกรรมตามพันธกิจของกระทรวงในการสนับสนุน ส่งเสริม วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น ตามระยะเวลาที่ทางราชการกำหนดไว้ กิจกรรมทางด้าน ศาสนา เช่น ประเพณีตักบาตรพระร้อย ประเพณีตักบาตรน้ำผึ้ง และประเพณีสงกรานต์ข้าวมอญ

### 2. นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว

นโยบายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานีมีการปรับเปลี่ยนทุกปี ในด้านการอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีต่างๆ ของชุมชน จัดกิจกรรมด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกัน เช่น เส้นทางวัฒนธรรม โครงการสายวัฒนธรรมไทยสายไข่มุมชน โครงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวทางน้ำ โดยเน้นจุดขาย คือ วัดต่างๆ เคาโฮ่งอ่าง ศิลปวัฒนธรรมของชาวมอญ พื้นฟู การท่องเที่ยวทางน้ำ อาทิ โครงการทำบุญ 9 วัด ไหว้พระวันเดียวท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี เทศกาลอาหาร ไทยรมัญ จัดทำแผนเชิงรุกระยะ 4 ปี เริ่มปี 2552 แล้วขยายพื้นที่ออกไปเรื่อยๆ

### 3. แผนเชิงรุก/แผนปฏิบัติการเชิงพื้นที่ (แผนระยะสั้น/แผนระยะยาว)

แผนยุทธศาสตร์เชิงรุกได้ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสนับสนุนการฝึกอบรมมัคคุเทศก์ พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เช่น เจ้าของร้านอาหาร เจ้าของโรงแรม เจ้าของสนามกอล์ฟ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในส่วนขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นมีการจัดสัมมนา อบรม ประชุม เพื่อทราบ แนวทางและนโยบายของภาครัฐ ดำเนินงานโดยศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการ จังหวัด ปทุมธานี ได้มีการวางแผนการท่องเที่ยวร่วมกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล อ้อมกัญญบุรี จังหวัด ปทุมธานี กิจกรรมแผนงานหลักคือ การจัดการท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัด โดยดู ศักยภาพของแต่ละวัด ว่าสามารถรองรับนักท่องเที่ยวทางเรือ ได้มากน้อยเพียงใด เช่น วัดสิงห์ไม่มีท่าเทียบเรือใหญ่ ควรจะจัด ในรูปแบบของ Bicycle Rally และ Walk Rally ตามงบยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี

### 4. การพัฒนาการท่องเที่ยวกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัด

จัดให้มีการฝึกอบรมขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัด โดยทำเป็นจุดเฉพาะที่สำคัญๆ ก่อน ด้านกายภาพแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดปทุม แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

1. ส่วนตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นวัฒนธรรมแบบตะวันตก เนื่องจากมีความเจริญ

1. ส่วนตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นวัฒนธรรมแบบตะวันตก เนื่องจากมีความเจริญก้าวหน้าทางวัตถุนิยมที่รวดเร็วมาก การท่องเที่ยวจึงเป็นลักษณะการจัดตั้งพิพิธภัณฑสถาน พิพิธภัณฑ์ หอศิลป์ และพิพิธภัณฑสถานต่างๆ โดยที่ภาครัฐมีงบประมาณ มีการจัดการอย่างเป็นระบบเป็นอย่างดี
2. ส่วนตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นอารยธรรมตะวันออก ชุมชนต้องการคงสภาพเดิมเอาไว้ เพราะเป็นแหล่งอารยธรรมโบราณสมัยกรุงศรีอยุธยา เช่น วัดสิงห์ วัดคำหนัก วัดไก่เตี้ย วัดท้ายเกาะ ด้วยการคงเอกลักษณ์วิถีชีวิตชาวชุมชนท้องถิ่น มีการท่องเที่ยวทั้งทางน้ำและทางบก โดยการเที่ยวชมประวัติศาสตร์และโบราณสถาน

### 5. ความสำเร็จ/ความล้มเหลวปัญหาอุปสรรค

การท่องเที่ยวที่ผ่านมามีประสบความสำเร็จได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งเริ่มพัฒนามาตั้งแต่ปี 2546 โดยผลักดันการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรม เช่น พัฒนาคู่มือการดำเนินการจัดการท่องเที่ยว การจัดการฝึกอบรมภาคเอกชน จัดทำหนังสือด้านการท่องเที่ยว สำหรับภาคเอกชนยังไม่ได้รับความร่วมมือเท่าที่ควร เนื่องจากธุรกิจสามารถ ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได้โดยไม่ต้องพึ่งพาการท่องเที่ยวจังหวัดแต่อย่างใด

สำหรับปัญหาและอุปสรรคที่ผ่านมา ผู้บริหารระดับสูงยังให้ความสำคัญน้อย และไม่ได้ดำเนินการอย่างจริงจัง จึงทำให้การท่องเที่ยวซบเซาลงไปบ้างแต่ก็ไม่มากนัก แม้จะมีงบประมาณในส่วนของการท่องเที่ยว แต่บางครั้งงบประมาณจะถูกนำไปใช้ในด้านอื่น

ปัญหาถนนหนทางมีความคับแคบ ห้องน้ำ ห้องส้วม ยังมีไม่เพียงพอแก่นักท่องเที่ยว

อาหารไทยสามัญชนเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นยังไม่มีจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวมาแล้วไม่กลับมาเที่ยวอีก เพราะจุดขายการท่องเที่ยวไม่มี

แต่ในขณะเดียวกันบางชุมชนก็ไม่ต้องการให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว เพราะต้องการความสงบตามวิถีชีวิตของชุมชนชาวอมฤตแบบดั้งเดิม

### 6. หน่วยงาน และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว

องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคกลางเขต 6 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จะดูแลและรับผิดชอบการท่องเที่ยว 4 จังหวัด คือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดอ่างทอง จังหวัดปทุมธานี และจังหวัดนนทบุรี โดยมีการผลักดันการตลาดการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวและบริการ องค์กรภาคเอกชนที่เข้าร่วมสนับสนุน ได้แก่ สมาคมการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี องค์กรบริหารส่วนตำบล องค์กรบริหารส่วนจังหวัด ได้มีส่วนร่วมในการผลักดัน สนับสนุน งบประมาณในการดำเนินงาน

### 7. รูปแบบการจัดการบริหารด้านการท่องเที่ยว

ได้รับงบประมาณจัดสรรมาจากส่วนกลางและมีการแต่งตั้งคณะทำงานขึ้นมา โดยมีผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธาน และร่วมกันทำกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร แต่ละหน่วยงานในจังหวัดจะเป็นฝ่ายจัดทำใบปลิว แผ่นพับ และพัฒนาเว็บไซต์

นอกจากนั้นยังได้ทำการประชาสัมพันธ์กับชุมชน โดยการใช้วิทยุชุมชนกระจายเสียง แหล่งเผยแพร่ข้อมูลศูนย์การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี อำเภอธัญบุรี แต่ในขณะเดียวกันงบประมาณทางด้านการประชาสัมพันธ์ได้รับการจัดสรรไม่เพียงพอต่อการดำเนินงาน ทำให้การดำเนินงานขาดช่วงและขาดความต่อเนื่อง ไม่มีการสร้างกระแสให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวอีก ทำให้การท่องเที่ยวซบเซาลง การประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบันนี้ ต้องหางบประมาณโดยการเขียนหนังสือเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี และประเพณีท้องถิ่นเมืองปทุมธานี ผ่านเว็บไซต์ โดยได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ในการสนับสนุนโฆษณาและประชาสัมพันธ์

### 8. กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ การจัดกิจกรรมลานวัฒนธรรมและอาหารไทยรมัญพื้นบ้าน รวมทั้งจัดกิจกรรมไหว้พระขอพร 9 วัด ในจังหวัดปทุมธานี กิจกรรมนำพา เช่น ชุมชนชาวมอญในท้องถิ่นมีห้องวงที่นำมาจากบ้านเกิดเมืองนอนของคน มีความเป็นมาของวงปี่พาทย์มอญ โดยเน้นให้นักท่องเที่ยวได้มาชมและสัมผัสสิ่งเหล่านี้อย่างใกล้ชิด ในรูปแบบของกิจกรรม Walk Rally

### 9. อาหารไทยรมัญของอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

จากนโยบายรัฐในการส่งเสริมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน มีการยกระดับการผลิตและการส่งเสริมการตลาดผู้บริโภครวมทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ มีการจัดงานแสดงสินค้าในส่วนภูมิภาคและในกรุงเทพมหานคร การจัดแสดงในงานประชุมผู้หน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ส่งผลให้ชุมชนมีการตื่นตัว

อาหารไทยรมัญสามโคกเป็นอาหารพื้นบ้านและมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง เช่น วัตตุคิย วัฒนธรรม ภูมิปัญญาชาวบ้าน รูปลักษณ์ รสชาติ และการบริการ รายการอาหารทุกประเภทล้วนมีคุณค่าทางโภชนาการรวมทั้งเป็นอาหารบำรุงร่างกาย และเป็นยารักษาโรคแสดงถึงภูมิปัญญาของชาวมอญ วัฒนธรรมการกินของชาวมอญสามโคกสอดคล้องกับการดำเนินชีวิตในยุคเศรษฐกิจพอเพียง ในปัจจุบันได้มีการส่งเสริม เผยแพร่และปลูกฝังวัฒนธรรมการกิน โดยมีการให้ข้อมูล มีการพิมพ์เป็น เอกสาร หนังสือ ตำรา แผ่นพับ เผยแพร่ เว็บไซต์ และจัดกิจกรรมฟื้นฟู “พลิกตำนานอาหารไทยรมัญ” ขึ้นมาหลายครั้ง

อาหารไทยสามัญสามโลกที่เป็นที่นิยมรับประทานในปัจจุบัน ได้แก่

1. ข้าวแช่ (เป็งค้ำจ๊ก)
2. แกงข้าวคัง (พะที่เป็งดาว)
3. ขนมนจีน (สะนอม)
4. แกงบอน (พะที่กราว)
5. แกงลูกสั้น (พะที่อะลือต)
6. แกงใบกระเพรา (สะกมหวานอะเพรา)
7. ปลาเค็มฝอย (กะเบอ)
8. แกงขอมะรุณถั่วเขียว (พะที่อะมอะเค็ง)
9. แกงมะดาต (พะที่สะปรี๊ว)
10. แกงเผ็ดกล้วยคิบไก่บ้าน (พะที่ปราคกอหัจยาน)
11. น้ำปลาร้า, ขนุนคัม (อะหรวดกะจอมห้ อะเนอะห้เบอะห้)
12. แกงขี้เหล็ก (พะที่ปะคัต)
13. แกงใบขอยอยกาบ (พะที่อะหนะจุกห้กออะเน๊าว์)
14. แกงกล้วยคิบใบมะขามอ่อน (พะที่ปราคอะมอมังไก่กลน)
15. แกงผักบุ้งหัวเผือกเม็ดพุทรา (พะที่อะเน็งหูนกอหะมะอะ ไควห้)
16. แกงส้มดอกจิว (พะที่เกรจ๊ก)
17. แกงส้มดอกสันตะวา (พะที่ฮังรอม)
18. คัมปลาร้าหัวคาล (พะตาสะรือกกะ)
19. หมี่กะทิ (สะนอมเกร็กค้ำจ๊กค้ำอะฮ้อดเปรียชนะนา)
20. ปลาร้าหลน (สะรือกกะอะเซียก)

#### 10. การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว

จังหวัดปทุมธานีมีเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวยในจังหวัดปทุมธานีที่สะดวกหลายเส้นทาง โดยแบ่งการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว 3 ลักษณะ คือ เส้นทางการท่องเที่ยวทางน้ำ ทางบก ภายในกลุ่มจังหวัดและการท่องเที่ยวเชื่อมโยงนอกรวมจังหวัด โดยมีสินค้าทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ ดังนี้

1. ท่องเที่ยวชม โบราณสถานแหล่งประวัติศาสตร์
2. ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี
3. ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ
4. ท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนา
5. ท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น
6. ท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

7. ท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ เช่น งานสงกรานต์ ดักบาตรพระร้อย พิธีโกนจุก ดักบาตรน้ำผึ้ง เป็นต้น

### 11. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

การประชาสัมพันธ์ของจังหวัดปทุมธานีเน้นการใช้รถบรรทุกขนาดเล็กในการดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์มากที่สุด เพราะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุด นอกจากนั้น ได้จัดทำสื่อการประชาสัมพันธ์และโฆษณาทางเว็บไซต์ หนังสือการท่องเที่ยว วิทยุชุมชน แผ่นพับ ใบปลิว และที่สำคัญคือใช้กิจกรรมศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย โดยวิธีการแถลงข่าว บอกข่าวผ่านสื่อมวลชน และที่สำคัญสุด ใช้วิธีการสร้างเครือข่ายกับองค์กรส่วนท้องถิ่นและองค์กรภาคเอกชน แต่ในขณะเดียวกัน กิจกรรมต่างๆ จะขึ้นอยู่กับงบประมาณในแต่ละปีของกระทรวง และจังหวัด

### 12. การตลาดและการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว

จังหวัดปทุมธานีมีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง คือ พิพิธภัณฑการเกษตรเฉลิมพระเกียรติในหลวงครองราชย์ ครบ 50 ปี พิพิธภัณฑวิทยาศาสตร์แห่งชาติเฉลิมพระเกียรติ หออัครศิลป์ หอจดหมายเหตุแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติ พิพิธภัณฑกาญจนภิเษกท้องฟ้าจำลอง ซึ่งทันสมัยที่สุดในภาคพื้นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แหล่งท่องเที่ยวดังที่กล่าวมานี้แม้แต่ประชาชนในจังหวัดปทุมธานีอีกเป็นจำนวนมากที่ยังไม่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ดังกล่าว โบราณสถาน โบราณวัตถุเหล่านี้ยังไม่ได้รับการผลักดันให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างแท้จริง แม้จะมีการผลักดันแต่ยังไม่ถูกกลุ่มเป้าหมาย ดังเช่น ที่อำเภอสามโคกมีชุมชนชาวมอญ มีวัฒนธรรมประเพณีที่ดี มีเตาโอ่งอ่าง ซึ่งยังคงอนุรักษ์เอาไว้แต่นักท่องเที่ยวไม่ได้แวะเข้าไปเยี่ยมชม

ในด้านการแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอื่นยังต้องพัฒนาในด้านต่างๆ ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวทางน้ำยังไม่มีท่าเทียบเรือขนาดใหญ่ หรือบางแห่งท่าเทียบเรือดินเงิน
2. งบประมาณจากภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังไม่เพียงพอ ค่าการฟื้นฟูบูรณะปฏิสังขรณ์ โบราณสถาน และภูมิทัศน์ ให้สวยงามและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น
3. ปัญหาอุปสรรคกับแหล่งท่องเที่ยวเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำ ทำให้น้ำท่วมขัง และการพังทลายของพื้นดินบริเวณริมแม่น้ำ
4. ปัญหาด้านบุคลากรในระดับผู้รู้ทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่น นับวันจะน้อยลงทุกที ไม่มีการสืบทอด ในขณะเดียวกันนักวิชาการในสถาบันระดับอุดมศึกษาหลายแห่ง ยังไม่เข้ามาทำการศึกษากันอย่างจริงจัง
5. ประเพณีของท้องถิ่น ประชาชนส่วนมากยังไม่ทราบ เพราะปัจจัยด้านสถานที่และด้านงบประมาณไม่เอื้ออำนวย เช่น ประเพณีดักบาตรน้ำผึ้ง การแข่งขันจุดลูกหนูของชาวมอญตามวัดต่างๆ



6. ปัญหานักท่องเที่ยวที่ผ่านไปมาไม่แวะเที่ยวชม ทำให้แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเสียมราฐได้และเสียโอกาส แต่ในขณะที่เดียวกันปัญหาที่เกิดขึ้นส่วนหนึ่งก็มาจากสถานที่ท่องเที่ยวไม่พร้อมที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมในด้านต่างๆ ด้วย

### 13. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ มุ่งไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ เน้นนักศึกษา ครู อาจารย์ และประชาชนทั่วไป โดยมีการเชิญชวนให้มาดูงาน และมาศึกษาแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ภายในจังหวัดปทุมธานี ในปัจจุบันนับได้ว่าการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานีประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี เพราะมีพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ หออัครศิลป์ และพิพิธภัณฑ์อื่นๆ อีกมากมาย สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนท้องถิ่นและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

จากการศึกษาของกลุ่มผู้บริหารภาครัฐ เอกชน และเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชน ได้ผลสรุป ดังนี้

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปกลุ่มผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชน

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน n=15	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	12	80.0
หญิง	3	20.0
<b>อายุ</b>		
ต่ำสุด 40 ปี สูงสุด 78 ปี อายุเฉลี่ย 59 ปี		
<b>ระดับการศึกษาสูงสุด</b>		
ประถมศึกษา	5	33.3
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	13.3
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า	3	20.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ).

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน n=15	ร้อยละ
อนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า	1	6.7
ปริญญาตรี	3	20.0
สูงกว่าปริญญาตรี	1	6.7
<b>ตำแหน่งปัจจุบัน</b>		
ประธาน อบต./องค์กร	5	33.3
รองประธาน อบต.	-	-
กรรมการ อบต.	-	-
กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน	4	26.7
ครู/อาจารย์	-	-
ประธานกลุ่ม/ชมรม	4	26.7
อื่นๆ	2	13.3
<b>ระยะเวลาที่ดำรงตำแหน่ง</b>		
ต่ำสุด 6 ปี สูงสุด 53 ปี		
ระยะเวลาที่ดำรงตำแหน่งเฉลี่ย 16 ปี		
<b>เข้าร่วมประชุม/อบรมด้านการท่องเที่ยว</b>		
เคย	14	93.3
ไม่เคย	1	6.7
<b>การดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่น</b>		
มี	15	100.0
ไม่มี	-	-

จากตารางที่ 4.1 ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชน เป็นเพศชาย ร้อยละ 80.0 เพศหญิง ร้อยละ 20.0 มีอายุเฉลี่ย 59 ปี โดยมีอายุต่ำสุด 40 ปี และอายุสูงสุด 78 ปี ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษา ร้อยละ 33.3 ปัจจุบันมีสถานภาพเป็นประธานองค์การบริหารส่วนตำบล/องค์กร ร้อยละ 33.3 ระยะเวลาที่ดำรงตำแหน่งผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ องค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชนเฉลี่ย 16 ปี ต่ำสุด 6 ปี สูงสุด 53 ปี เคยเข้าร่วมประชุม/อบรมด้านการท่องเที่ยว ร้อยละ 93.3 มีการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ร้อยละ 100.0

## ตอนที่ 2 รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและการบริหารจัดการ

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและการบริหารจัดการ

กิจกรรม	จำนวน n=15	ร้อยละ
กิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
1. การท่องเที่ยวโบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์	14	93.3
2. การท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี	15	100.0
3. การท่องเที่ยวธรรมชาติ อุทยาน น้ำตก และชมวิถีชีวิตสัตว์	-	-
4. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	1	6.1
5. การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ	2	13.3
6. การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนา	15	100.0
7. การเที่ยวชมและสัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น	8	53.3
8. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา	-	-
9. การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ	13	86.7

จากตารางที่ 4.2 พบว่ารูปแบบการท่องเที่ยวในท้องถิ่นที่น่าสนใจ ได้แก่ การท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และการท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนา ร้อยละ 100.0 และรองลงมา ได้แก่ การท่องเที่ยวโบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ ร้อยละ 93.3 และการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ ร้อยละ 86.7

ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชน ได้ให้ความคิดเห็นการบริหารจัดการการท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี โดยให้ชุมชนท้องถิ่นได้เล็งเห็นความสำคัญของศิลปวัฒนธรรม ประเพณีต่างๆ และจัดกิจกรรมการส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี เป็นประจำทุกปี ส่วนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนาและ โบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ มีการบูรณะซ่อมแซม จัดภูมิทัศน์ให้สวยงาม เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัด นอกจากนี้การเที่ยวชมและสัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น จัดให้มีกิจกรรมที่แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตของชาวมอญอำเภอสาม โลก ตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษ และความผูกพันของชาวไทยมอญกับพุทธศาสนา โดยมีวัดเป็นแหล่งรวมในการทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน

ตอนที่ 3 การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมกลุ่มผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชน

การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว	การมีส่วนร่วม		การแปลผล
	$\bar{X}$	S.D	
<b>การมีส่วนร่วมในการกำหนดปัญหา</b>			
1. มีการจัดประชุม/สัมมนาเพื่อให้ความรู้และรับฟังปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	3.40	.73	ปานกลาง
2. การสนับสนุนให้ใช้ที่ทำการขององค์กรเป็นศูนย์รับฟังความคิดเห็น และปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	3.47	1.06	น้อย
3. การเปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นได้แสดงความคิดเห็น และนำเสนอปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่	3.80	.775	น้อย
4. การให้ความสำคัญกับปัญหาทุกด้านที่อาจส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของท้องถิ่น	3.67	1.11	ปานกลาง
5. การช่วยแก้ไขปัญหาด้านการท่องเที่ยว	2.93	.70	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.40</b>	<b>.87</b>	<b>ปานกลาง</b>
<b>การมีส่วนร่วมในการวางแผน</b>			
6. การร่วมเสนอและให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่/กิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อประโยชน์ในการจัดทำแผนที่	3.67	1.29	น้อย
7. การส่งเจ้าหน้าที่เข้าร่วมประชุมเพื่อจัดทำแผนการท่องเที่ยวร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	3.60	.82	น้อย
8. การจัดทำแผนปฏิบัติการเชิงรุกด้านการท่องเที่ยวเป็นประจำทุกปี	3.20	1.08	ปานกลาง

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

การมีส่วนร่วมในการบริหาร จัดการการท่องเที่ยว	การมีส่วนร่วม		การแปลผล
	$\bar{X}$	S.D	
9. การทบทวนแผนและโครงการ เพื่อปรับปรุงและ พัฒนาให้มีความเหมาะสม และทันต่อเหตุการณ์	3.13	.99	ปานกลาง
รวม	3.40	.99	ปานกลาง
<b>การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและปฏิบัติการ</b>			
10. การจัดให้มีกิจกรรมต่างๆ ที่ส่งเสริมการ ท่องเที่ยวในท้องถิ่น	3.33	1.11	ปานกลาง
11. การจัดให้มีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวแก่ประชาชนในท้องถิ่น	2.73	.88	ปานกลาง
12. การสนับสนุนด้านงบประมาณในการจัดการ ท่องเที่ยวแก่ท้องถิ่น	2.67	.90	ปานกลาง
13. การควบคุมการประกอบการ ในสถานที่ท่องเที่ยว ให้อยู่ในความถูกต้องและเหมาะสม	3.13	.91	ปานกลาง
14. การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรม การท่องเที่ยวในท้องถิ่น	2.80	.86	ปานกลาง
รวม	2.90	.934	ปานกลาง
<b>การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล</b>			
15. การติดตามประเมินผลการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ในท้องถิ่นเป็นประจำ	2.73	1.033	ปานกลาง
16. การประเมินผลกระทบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ในท้องถิ่นเป็นประจำ	2.93	1.033	ปานกลาง
17. การจัดทำรายงานการประเมินการดำเนินงาน ด้านการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	3.33	1.134	ปานกลาง
รวม	2.99	1.066	ปานกลาง

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

การมีส่วนร่วมในการบริหาร จัดการการท่องเที่ยว	การมีส่วนร่วม		การแปลผล
	( $\bar{X}$ )	(S.D)	
การมีส่วนร่วมในการบำรุงรักษาและปรับปรุงแก้ไข			
18. การมีส่วนร่วมในการพัฒนาและฟื้นฟูสถานที่ ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	3.60	.98	น้อย
19. การมีส่วนร่วมในการกำหนดมาตรการเพื่อรักษา ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของ นักท่องเที่ยว	4.13	.99	น้อย
20. มีการประสานความร่วมมือไปยังหน่วยงานต่างๆ ทุกภาคส่วนในการบำรุงรักษาและปรับปรุง การท่องเที่ยวในท้องถิ่น	3.47	.83	น้อย
21. การรณรงค์ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการ บำรุงรักษาและปรับปรุงแก้ไข	3.80	.77	น้อย
<b>รวม</b>	<b>3.75</b>	<b>.64</b>	<b>น้อย</b>
การมีส่วนร่วมในการจัดการผลประโยชน์			
22. การกระจายและแบ่งปันผลประโยชน์จากการ ดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวให้แก่กลุ่ม/ผู้มี ส่วนเกี่ยวข้องอย่างเป็นธรรม	2.67	.72	ปานกลาง
23. การกำหนดวัตถุประสงค์และวางแผนการบริหาร ผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ไว้ล่วงหน้า	2.87	.74	ปานกลาง
24. การรายงานให้สมาชิกและประชาชนในท้องถิ่น ได้ทราบเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่เกิดจาก การท่องเที่ยว	3.00	.84	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>2.84</b>	<b>.77</b>	<b>ปานกลาง</b>
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.21</b>	<b>.89</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.3 กลุ่มผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชนมีความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=3.21$ ) โดยมีรายละเอียดดังนี้

การมีส่วนร่วมในการกำหนดปัญหาในภาพรวม ผู้นำชุมชน/ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลเห็นว่ามีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X}=3.40$ ) เมื่อพิจารณาารายด้านพบว่า การมีส่วนร่วมในการเปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นได้แสดงความคิดเห็นและนำเสนอปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ การมีส่วนร่วมในการให้ความสำคัญกับปัญหาทุกด้านที่อาจส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของท้องถิ่น มีการร่วมสนับสนุนให้ใช้ที่ทำการขององค์กร เป็นศูนย์รับฟังความคิดเห็นและปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยวในท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมในการช่วยแก้ปัญหาด้านการท่องเที่ยวมีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X}=3.40, 3.47, 3.80$  และ  $3.67$  ตามลำดับ) และการมีส่วนร่วม ในการจัดประชุม/สัมมนาเพื่อให้ความรู้และรับฟังปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่นมีส่วนร่วม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=2.93$ )

การมีส่วนร่วมในการวางแผนในภาพรวม กลุ่มผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชน เห็นว่ามีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=3.40$ ) เมื่อพิจารณาารายด้านพบว่า การร่วมเสนอและให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่/กิจกรรมการท่องเที่ยว ปัญหาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อประโยชน์ในการจัดทำแผน มีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X}=3.67$ ) การมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนปฏิบัติการเชิงรุกด้านการท่องเที่ยวเป็นประจำทุกปีและการมีส่วนร่วมในการทบทวน แผนและ โครงการเพื่อปรับปรุงและพัฒนา ให้มีความเหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์มีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=3.13$ ) และการมีส่วนร่วมในการส่งเจ้าหน้าที่เข้าร่วมประชุมเพื่อจัดทำแผนการท่องเที่ยวร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X}=3.60$ )

การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและการปฏิบัติการในภาพรวม กลุ่มผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชน เห็นว่ามีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=2.90$ ) เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น การควบคุมการประกอบการ ในสถานที่ท่องเที่ยวให้อยู่ในความถูกต้องและเหมาะสม และการสนับสนุนด้านงบประมาณในการจัดการท่องเที่ยวแก่ท้องถิ่น มีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=2.80, 3.13$  และ  $2.67$  ตามลำดับ) และการจัดให้มีกิจกรรมต่างๆ ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น และการจัดให้มีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแก่ประชาชน มีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=3.33$  และ  $2.73$  ตามลำดับ)

การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลในภาพรวม กลุ่มผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชน เห็นว่ามีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=2.99$ ) เมื่อพิจารณาารายด้านพบว่า มีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน

การมีส่วนร่วมในการบำรุงรักษาและปรับปรุงแก้ไขในภาพรวม ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล/กลุ่มผู้นำชุมชน เห็นว่ามีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X}=3.75$ ) เมื่อพิจารณาารายด้าน

พบว่า การพัฒนาและฟื้นฟูสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น และการรณรงค์ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบำรุงรักษาและปรับปรุงแก้ไขมีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X}=3.60$  และ 3.80 ตามลำดับ) การประสานความร่วมมือไปยังหน่วยงานต่างๆ ทุกภาคส่วนในการบำรุงรักษาและปรับปรุงการท่องเที่ยวในท้องถิ่นอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X}=3.47$  และการกำหนดมาตรการเพื่อรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว มีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X}=4.13$ )

การมีส่วนร่วมในการจัดการผลประโยชน์ในภาพรวม กลุ่มผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชนเห็นว่า มีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=2.84$ ) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การกระจายและแบ่งปันผลประโยชน์จากการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวให้แก่กลุ่ม/ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างเป็นธรรมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=2.67$ ) และการกำหนดวัตถุประสงค์และวางแผนการบริหารผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ไว้ล่วงหน้ามีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=2.87$ ) และการรายงานให้สมาชิกและประชาชนในท้องถิ่น ได้ทราบเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=3.00$ )

#### ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

##### 1. องค์กรได้รับประโยชน์จากการมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการท่องเที่ยว

การได้รับประโยชน์จากการมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการท่องเที่ยวพบว่า

1. ภาครัฐมีการจัดการการบริหารร่วมกับภาคเอกชน ให้ความสำคัญและสนับสนุนการจัดกิจกรรม

2. หน่วยงานที่รับผิดชอบเร่งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรมมากขึ้นกว่าเดิม

3. ทำให้ประเพณีบางอย่างที่เคยเกือบจะสูญหายไป กลับจะยังคงมีอยู่ตลอดไป

4. มีร้านค้าขายของที่ระลึกเพิ่มขึ้น และมีการปรับปรุง ซ่อมแซม ห้องน้ำ ห้องสุขา ให้มีความสะอาดและมีไว้บริการอย่างเพียงพอแก่นักท่องเที่ยว

5. มีศูนย์จำหน่ายสินค้าทางการท่องเที่ยวของประชาชนในพื้นที่

6. มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น หลากหลายรูปแบบ

7. มีศูนย์ข้อมูลข่าวสาร ด้านการท่องเที่ยวไว้บริการให้แก่นักท่องเที่ยว

สำหรับองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นจะได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวโดยตรง เนื่องจากเป็นหน่วยงานสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้แก่ชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว ประชาชนในพื้นที่และชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น หน่วยงานภาครัฐให้มีการดูแลรักษาความสะอาดภายในชุมชนมากขึ้น ส่งผลให้ชุมชนมีสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นตามไปด้วย

##### 2. ปัญหาอุปสรรคเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลกลุ่ม/ผู้นำชุมชน ได้เสนอปัญหา อุปสรรคเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ดังนี้



- 2.1 ประชาชนในท้องถิ่นยังไม่เห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเท่าที่ควร
- 2.2 เจ้าหน้าที่ทั้งภาครัฐและเอกชนขาดความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ทำให้ปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยวไม่ไปสู่เป้าหมายที่วางเอาไว้เพราะขาดหน่วยงานของรัฐมาคอยกำกับดูแลให้คำแนะนำ
- 2.3 งบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมีน้อยเกินไป
- 2.4 ขาดการประสานงานกับหน่วยงานของภาครัฐและเอกชนที่รับผิดชอบ โดยตรงเกี่ยวกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอสามโคกอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม

### 3. แนวทางการแก้ไขปัญหาและพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชน ได้เสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นไว้ดังนี้

- 3.1 ควรปลูกฝังให้ประชาชนมีความรักและหวงแหนในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีอยู่ทุกแห่งของพื้นที่
- 3.2 ควรปลูกจิตสำนึกในเรื่องการรักษาความสะอาดให้แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว
- 3.3 ควรมีหน่วยงานกลางในการประสานงานด้านการท่องเที่ยว ทั้งในเรื่องการบริหารจัดการประชาสัมพันธ์ และการจัดทำงบประมาณมาสนับสนุนการจัดกิจกรรมต่าง ๆ

### กลุ่มผู้ประกอบการ

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

#### ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ประกอบการ

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน n=10	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	-	-
หญิง	10	100.0
อายุ		
ต่ำสุด 38 ปี สูงสุด 70 ปี อายุเฉลี่ย 56 ปี		

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน n=10	ร้อยละ
<b>ระดับการศึกษาสูงสุด</b>		
ประถมศึกษา	8	80.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	1	10.0
ไม่ได้รับการศึกษา	1	10.0
<b>ที่อยู่</b>		
อยู่ในชุมชน	8	80.0
อยู่นอกชุมชน	2	20.0
<b>อาชีพ</b>		
ค้าขาย	9	90.0
อื่นๆ (เสริมสวย)	1	10.0
<b>รายได้</b>		
1,000-5,000 บาท/เดือน	3	30.0
51,00-10,000 บาท/เดือน	5	50.0
11,000-50,000 บาท/เดือน	2	20.0
<b>รายจ่าย</b>		
1000-5000 บาท/เดือน	4	40.0
51,00-10,000 บาท/เดือน	6	60.0

จากตารางที่ 4.4 ผู้ประกอบการเป็นเพศหญิง ร้อยละ 100.0 มีอายุเฉลี่ย 56 ปี โดยมีอายุต่ำสุด 38 ปี และอายุสูงสุด 70 ปี ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับระดับประถมศึกษา ร้อยละ 80.0 รองลงมาได้แก่ มัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 10.0 และไม่ได้รับการศึกษาร้อยละ 10.0 ที่อยู่ของสถานประกอบการอยู่ในชุมชน ร้อยละ 80.0 โดยส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย ร้อยละ 90.00 มีรายได้โดยเฉลี่ยเดือนละ 51,00-10,000 ร้อยละ 50.0 รองลงนามีรายได้โดยเฉลี่ยเดือนละ 1,000-5,000 ร้อยละ 30.0 และมีรายจ่ายส่วนใหญ่โดยเฉลี่ยเดือนละ 51,00-10,000 ร้อยละ 60.0

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจอาหาร

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจอาหาร

การประกอบธุรกิจอาหาร	จำนวน n=10	ร้อยละ
<b>ประเภทสถานประกอบการ</b>		
ที่พัก	1	10.0
ร้านอาหาร	9	90.0
<b>รูปแบบสถานประกอบการ</b>		
ร้านขายของชำ	1	10.0
ร้านอาหาร	8	80.0
อื่นๆ (รถเข็น)	1	10.0
<b>สาเหตุที่ประกอบธุรกิจ</b>		
อาศัยอยู่ในชุมชน	10	100.0
ไม่รู้จะประกอบอาชีพอะไร	10	100.0
เป็นธุรกิจครอบครัว	10	100.0
เห็นว่าน่าจะสร้างรายได้	10	100.0
<b>เงินทุนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ</b>		
ของตนเอง	9	90.0
การร่วมหุ้น	1	10.0
<b>ลักษณะการเป็นธุรกิจ</b>		
เป็นเจ้าของคนเดียว	10	100.0
<b>แรงงานในสถานประกอบการ</b>		
แรงงานในครอบครัว/ไม่ได้จ้าง	10	100.0
<b>จำนวนปีที่ตั้งกิจการ</b>		
มากที่สุด 43 ปี น้อยที่สุด 5 ปี		
โดยเฉลี่ยตั้งกิจการ 19 ปี		
<b>ประเภทของลูกค้า</b>		
ชาวบ้านทั่วไป	7	70.0
นักท่องเที่ยวชาวไทย	2	20.0
นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	1	10.0

จากตารางที่ 4.5 ประเภทสถานผู้ประกอบการเป็นร้านอาหาร ร้อยละ 90.0 และมีรูปแบบของสถานประกอบการธุรกิจ ร้านอาหาร ร้อยละ 80.0 โดยมีสาเหตุส่วนใหญ่อยู่ในชุมชน ไม่รู้จะประกอบอาชีพอะไร เป็นธุรกิจครอบครัว และเห็นว่าจะสร้างรายได้ ร้อยละ 100.0 ด้านเงินในการลงทุนประกอบธุรกิจ ส่วนใหญ่เป็นของตนเอง ร้อยละ 90.0 โดยเป็นเจ้าของคนเดียว ร้อยละ 100.0 สำหรับแรงงานเป็นแรงงานของคนในครอบครัวไม่ได้จ้าง ร้อยละ 100.0 ตั้งกิจการมาแล้ว โดยเฉลี่ย 19 ปี โดยปีที่ตั้งกิจการนานที่สุด 43 ปี และน้อยที่สุด 5 ปี มีลูกค้าส่วนใหญ่เป็นประชาชนทั่วไป ร้อยละ 70.0

### ตอนที่ 3. ข้อมูลกลยุทธ์ทางการตลาด

#### ตารางที่ 4.6 กลยุทธ์ทางการตลาด

ประเด็น	จำนวน n = 10	ร้อยละ
<b>ร้านอาหารมีการตรวจอาหารปลอดภัย</b>		
จากสาธารณสุขหรือไม่		
ไม่แน่นอน	7	70.0
ไม่มี	2	20.0
ปีละครั้ง	1	10.0
<b>ได้รับสัญลักษณ์ร้านอาหารสะอาด</b>		
รสชาติดี		
ไม่ได้รับ	8	80.0
ได้รับ	2	20.0
<b>เข้ารับการอบรมเรื่องสถานประกอบการ</b>		
และอาหาร		
เคย	5	50.0
ไม่เคย	5	50.0
<b>ความได้เปรียบทางด้านที่ตั้งกิจการ</b>		
ได้เปรียบ	7	70.0
ไม่ได้เปรียบ	3	30.0

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ประเด็น	จำนวน n = 10	ร้อยละ
คุณภาพและรสชาติอาหาร สูงกว่าร้านอื่นๆ	7	70.0
เท่ากับร้านอื่นๆ	3	30.0
ราคาอาหารและเครื่องดื่ม เท่ากับร้านอื่นๆ	7	70.0
ต่ำกว่าร้านอื่นๆ	3	30.0

จากตารางที่ 4.6 ร้านอาหารมีการตรวจอาหารปลอดภัยจากสารพิษส่วนใหญ่ มีความไม่แน่นอนร้อยละ 70.0 ไม่เคยได้รับสัญลักษณ์ร้านอาหารสะอาดที่มีสัญลักษณ์ Clean Food Good Test ร้อยละ 80.0 ด้านการเข้ารับการอบรมเรื่องสถานประกอบการและอาหาร เคยและไม่เคย ร้อยละ 50.0 เท่ากัน ความได้เปรียบทางด้านที่ตั้งกิจการ ส่วนใหญ่จะได้เปรียบ ร้อยละ 70.0 ไม่ได้เปรียบ ร้อยละ 30.0 คุณภาพและรสชาติอาหาร ส่วนมากสูงกว่าร้านอื่นๆ ร้อยละ 70.0 ส่วนราคาอาหารและเครื่องดื่ม เท่ากับร้านอื่นๆ ร้อยละ 70.0

#### ตอนที่ 4 กลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ดึงดูดลูกค้าเข้ามาใช้บริการ

ตารางที่ 4.7 กลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ดึงดูดลูกค้าเข้ามาใช้บริการในร้านอาหาร

ประเด็น	ความคิดเห็น		การแปลผล
	( $\bar{X}$ )	(S.D)	
1. จัดสถานที่ให้ดูสวยงาม	2.70	.67	ปานกลาง
2. คิดป้ายประชาสัมพันธ์	1.40	.51	น้อย
3. เรียกลูกค้าที่เดินผ่านร้าน	1.90	.73	น้อย
4. เปิดเพลงให้ลูกค้าฟัง	2.90	.99	ปานกลาง
5. เปิดโทรทัศน์ให้ลูกค้าดู	2.50	1.26	น้อย

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ประเด็น	ความคิดเห็น		การแปลผล
	( $\bar{X}$ )	(S.D)	
6. กำหนดราคาให้ต่ำกว่าร้านอื่นๆ	1.40	.51	ไม่เคย
7. การให้ส่วนลดแก่ลูกค้า	1.20	.42	ไม่เคย
8. การประกอบอาหารให้สะอาด	4.00	.81	มาก
9. การประกอบอาหารให้มีรสชาติอร่อย	4.30	.48	มากที่สุด
10. การจัดบริการห้องน้ำฟรีแก่ลูกค้า	2.20	.42	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม	2.45	.68	น้อย

จากตารางที่ 4.7 ประเด็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ดึงดูดลูกค้าเข้ามาใช้บริการในร้านอาหารในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X}$ =2.45) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าประเด็น การประกอบอาหารให้มีรสชาติอร่อยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $X$ =4.30) การประกอบอาหารให้สะอาด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ =4.00) จัดสถานที่ให้ดูสวยงามและเปิดเพลงให้ลูกค้าฟังอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$ = 2.70,2.90) ตามลำดับ และการจัดบริการห้องน้ำฟรีแก่ลูกค้า เรียกลูกค้าที่เดินผ่านร้านอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X}$ =2.20,1.90) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 สร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าด้วยวิธีใด

ประเด็น	จำนวน n = 10	ร้อยละ
1. ให้บริการด้วยความสุภาพ	10	100.0
2. ให้บริการที่มีระบบและเป็นมาตรฐานเดียวกัน	10	100.0
3. ให้บริการตามความใจลูกค้า		
ตามใจลูกค้า	5	50.0
ไม่ตามใจลูกค้า	5	50.0
4. ประกอบอาหารที่มีรสชาติดีและสะอาด	10	100.0

จากตารางที่ 4.8 การให้บริการด้วยความสุภาพ ร้อยละ 100.0 ให้บริการที่มีระบบและเป็นมาตรฐานเดียวกัน ร้อยละ 100.0 สำหรับการให้บริการตามความใจลูกค้า ร้อยละ 50.0 ไม่ตามใจลูกค้า ร้อยละ 50.0 และการประกอบอาหารที่มีรสชาติดีและสะอาด ร้อยละ 100.0

#### ตอนที่ 5. ปัญหาและความต้องการ

#### ตารางที่ 4.9 ปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการ

ประเด็น	ความคิดเห็น		การแปลผล
	( $\bar{X}$ )	(S.D)	
<b>ด้านสาธารณูปโภค</b>			
1. ไฟฟ้าไม่เพียงพอ/ไม่สะดวก/ ไม่ปลอดภัย/ราคาแพง	2.30	.48	น้อย
2. น้ำประปา ไม่มี/ไม่เพียงพอ/ไม่สะอาด/ ราคาแพง	2.20	.42	น้อย
<b>รวม</b>	<b>2.25</b>	<b>.45</b>	<b>น้อย</b>
<b>ด้านความสะอาดและการกำจัดขยะ</b>			
3. ถังขยะ ไม่มี/ไม่เพียงพอ	2.20	.42	น้อย
4. ไม่มีสถานที่ทำลายขยะอย่างถูกสุขลักษณะ	2.00	.42	น้อย
5. นักท่องเที่ยวทิ้งขยะไม่เป็นที่ ไม่ช่วยกัน รักษาความสะอาด	2.00	.81	น้อย
<b>รวม</b>	<b>2.07</b>	<b>.50</b>	<b>น้อย</b>
<b>ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวก</b>			
6. ที่จอดรถมีความปลอดภัยไม่เพียงพอ	2.30	.48	น้อย
7. ขาดการดูแลความปลอดภัยจากหน่วยงานราชการ	1.40	.51	ไม่คย

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ประเด็น	ความคิดเห็น		การแปลผล
	( $\bar{X}$ )	(S.D)	
8. มีห้องน้ำ ห้องสุขา สะอาด ที่ให้บริการ นักท่องเที่ยวไม่เพียงพอ	2.30	.48	น้อย
รวม	2.00	.49	น้อย
ด้านการดูแลและช่วยเหลือจาก หน่วยงานภาครัฐ			
9. ผู้ประกอบการขาดความรู้เรื่อง อาหารปลอดภัย	3.90	.73	มาก
10. ผู้ประกอบการขาดความรู้เรื่อง การให้บริการ	1.60	.51	ไม่เคย
11. การตรวจอาหารปลอดภัยไม่สม่ำเสมอ	2.20	.42	น้อย
12. ไม่ได้การรับรองอาหารปลอดภัย	1.00	.00	ไม่เคย
รวม	2.17	.41	น้อย
ด้านการประชาสัมพันธ์และการจัดกิจกรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยว			
13. ขาดการประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เว็บไซต์ นิตยสาร ฯลฯ	1.60	.51	ไม่เคย
14. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่สม่ำเสมอ	2.00	.00	น้อย
รวม	1.80	.25	ไม่เคย
ค่าเฉลี่ยรวม	2.06	.42	น้อย



จากตารางที่ 4.9 ปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการ ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X}=2.06$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านสาธารณูปโภค อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X}=2.25$ ) ด้านความสะอาด และการกำจัดขยะอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X}=2.00$ ) ส่วนด้านการดูแลและช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X}=2.17$ ) สำหรับด้านการประชาสัมพันธ์และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X}=1.80$ )

## ตอนที่ 6. การวิเคราะห์ขีดความสามารถ

### 6.1 การวิเคราะห์ขีดความสามารถด้านการตลาด

#### 1. ลักษณะของอาหารไทยรามัญ/การบริการ/กิจกรรมที่ดำเนินการอยู่เป็นอย่างไรบ้าง

สินค้ามีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น ข้าวแช่แกงบอน แกงขี้เหล็กแกงหน่อไม้ น้ำปลาร้าหัวตาล แกงปลาร้าหัวตาล แกงส้มมะแว้ง แกงส้มมะคาคา แกงส้มผักปราบ แกงส้มผักบุ้ง แกงส้มดอกจิว ต้มยำปลาแห้งปลาฉลาด ยำหัวปลี ยำถั่วพูกระเทียม เป็นต้น

การบริการและกิจกรรมที่ดำเนินการอยู่ไม่ดีเท่าที่ควร ขาดการสนับสนุน การจัดจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลาง

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สินค้าไม่มีคู่แข่ง</li> <li>2. วัสดุมีอยู่แล้วในท้องถิ่น</li> <li>3. ท้องถิ่นยังคงอนุรักษ์ได้ดี</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การประชาสัมพันธ์ไม่ดี</li> <li>2. ไม่มีทีมงานด้านการตลาด</li> <li>3. การตลาดที่เป็นอยู่ยังไม่ดีพอ</li> <li>4. คนรุ่นใหม่ไม่นิยมรับประทาน</li> </ol>

#### 2. การกำหนดราคาอาหารไทยรามัญ/ค่าบริการ เป็นอย่างไร

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สินค้าที่ผลิตเองและขายเองจะมีราคาถูก เพราะไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง</li> <li>2. การกำหนดราคาสินค้ามีราคามาตรฐาน</li> <li>3. มีการกำหนดราคาขายที่แน่นอน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. วัสดุที่ใช้ในการผลิตบางชนิด ออกตามฤดูกาล</li> <li>2. ชาวบ้านทำรับประทานเองได้</li> </ol>

### 3. สถานที่/สภาพแวดล้อม/สิ่งอำนวยความสะดวก/การคมนาคมเป็นอย่างไร

เป็นบ้านเรือนขนาดกลาง กว้างขวาง การคมนาคมสะดวกและอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร  
ไปมาสะดวก ถนนเป็นคอนกรีตเสริมเหล็กตลอดสาย สถานที่ที่เป็นสถานประกอบการ หรือแหล่งผลิต  
สินค้าของชุมชนมีบรรยากาศและสภาพแวดล้อมดี อุปกรณ์เครื่องใช้ในการผลิตมีพร้อมและถูกหลัก  
โภชนาการ

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. บ้านเรือนสะอาด สวยงาม 2. พื้นที่การผลิตแบ่งเป็นสัดส่วน 3. อยู่ในแหล่งชุมชน	1. อยู่ในซอย ไม่มีป้ายบอก 2. ระยะทางจากถนนใหญ่สู่สถานที่ผลิต ไกลไป หล้าบาก

### 4. การส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ที่ใช้คือ สื่อบุคคล เปิดร้านจำหน่าย มหกรรมออกร้านสินค้าของภาครัฐและ  
เอกชน ตลาดนัดชุมชน งานเทศกาลต่างๆ แผ่นพับ ไปสเตอร์ และเว็บไซต์ของจังหวัด

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ขายในตลาดสดของจังหวัด 2. มีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย 3. มีลูกค้าประจำ	1. งบประมาณในการประชาสัมพันธ์ ไม่มี 2. ไม่มีต้นทุนในการทำประชาสัมพันธ์

## 6.2 การวิเคราะห์ขีดความสามารถด้านการบริหารจัดการ

### 1. การผลิตอาหารไทยรมัญ/บริการ/กิจกรรมทางการท่องเที่ยวในพื้นที่มีศักยภาพเพียงใด

การผลิตสินค้ามีศักยภาพสูง มีแรงงานในพื้นที่เพียงพอต่อการผลิต ให้บริการจัดส่งถึงมือลูกค้า  
ให้บริการในที่ทำการผลิตทุกวัน เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชม การสาธิตผลิตภัณฑ์ และถ่ายทอด  
ความรู้ให้กับบุคคลผู้สนใจทั่วไป

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการผลิต</li> <li>2. ไม่มีคู่แข่ง</li> <li>3. เปิดโอกาสให้ทุกคนทำงานได้อย่างอิสระ</li> <li>4. ทำมากได้มาก ทำน้อยได้น้อย</li> <li>5. เปิดให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจเข้าชมการสาธิตได้ทุกขั้นตอน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง</li> <li>2. ค่าแรงไม่สูง</li> <li>3. คนในพื้นที่ยังให้ความสนใจน้อย</li> </ol>

### 2. การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวที่ผ่านมา

ในด้านของการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวที่ผ่านมา มีปัจจัยต่างๆ ที่ไม่เอื้อต่อการดำเนินงานและการบริหารจัดการ

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. พัฒนาบุคลากรด้านการบริการและการผลิตอย่างต่อเนื่อง</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. พื้นที่ยังขาดจุดขายด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจน</li> <li>2. นักท่องเที่ยวไม่ค่อยได้รับข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด</li> <li>3. ขาดการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว</li> </ol>

### 3. อนาคตของกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่

ในอนาคตของกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีแนวโน้มจะพัฒนาหลายๆ ด้านควบคู่กันไป เนื่องจากมีคู่แข่งในกิจกรรมด้านทางการท่องเที่ยวมากขึ้นกว่าเดิม

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีการตื่นตัวที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวมากขึ้น</li> <li>2. แหล่งท่องเที่ยวให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ</li> <li>3. นำเอาเอกลักษณ์และวิถีชีวิตท้องถิ่นมาเป็นจุดขายมากขึ้น</li> <li>4. คนในท้องถิ่นยังคงอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี</li> <li>5. มีแหล่งสถานที่โบราณและศิลปวัฒนธรรมให้ศึกษาค้นคว้า</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีคู่แข่งในกิจกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในอนาคต</li> <li>2. ขาดงบประมาณ</li> <li>3. ขาดบุคลากรด้านการท่องเที่ยว</li> <li>4. ขาดการประชาสัมพันธ์</li> <li>5. ขาดความร่วมมือจากองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน</li> </ol>

#### ตอนที่ 7. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

##### 1. ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการได้ให้ข้อเสนอแนะถึงศักยภาพในการพัฒนาและข้อจำกัดที่ต้องปรับปรุง เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอสามโลกไว้ดังนี้

1. ต้องมีศาลาประชาคมเป็นจุดศูนย์รวม
2. จัดภูมิทัศน์ให้สวยงาม
3. ชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐ ต้องร่วมมือกัน
4. แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังขาดจุดเด่น/จุดขายทางการท่องเที่ยว
5. ขาดงบประมาณสนับสนุนการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวระดับมหภาค
6. การดำเนินกิจกรรมในการจัดการท่องเที่ยวขององค์กรภาครัฐยังไม่ชัดเจน
7. แหล่งท่องเที่ยวใน 3 ตำบลของอำเภอสามโลกมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายแห่ง แต่ไม่ค่อยได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร
8. ขาดการส่งเสริมและปลูกฝังให้เยาวชนรุ่นใหม่รับประทานอาหารไทยรมัญญ
9. จัดหาแหล่งจำหน่ายอาหารไทยรมัญญในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของอำเภอสามโลก
10. รณรงค์ให้ครัวเรือนหันมาปลูกผักสวนครัวที่เป็นวัตถุดิบใช้สำหรับปรุงอาหารไทยรมัญญ

##### 2. แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยว

จากศักยภาพและข้อจำกัดข้างต้น ผู้ประกอบการได้เสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอสามโลกไว้ดังนี้

1. ควรพัฒนาให้มีแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านที่มีการผลิตและจำหน่ายสินค้าอาหารไทยรมัญ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ไปถึงยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีการผลิตและจำหน่ายอาหารได้อย่างแท้จริง
2. ควรจัดให้มีบุคลากรทั้งภาครัฐและเอกชนที่มีความรู้ความสามารถด้านการท่องเที่ยวมาบริหารจัดการท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักมากกว่าที่เป็นอยู่ในขณะนี้
3. ควรสร้างจุดเด่นหรือจุดขายของแหล่งท่องเที่ยวในการสร้างสัญลักษณ์เพื่อการท่องเที่ยว
4. หน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง
5. ควรเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนได้รับรู้ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด เพื่อจะได้เตรียมความพร้อมในการรองรับกิจกรรม/โครงการที่จะเกิดขึ้นในแต่ละปี
6. ควรดำเนินกิจกรรมเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำและทางบก ภายใน 3 ตำบล ของอำเภอสามโลกให้มากขึ้น

กลุ่มประชาชนตำบลสามโลก/คลองควาย/เชียงรากน้อย อำเภอสามโลก จังหวัดปทุมธานี

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของประชาชนตำบลสามโลก/คลองควาย/เชียงรากน้อย จังหวัดปทุมธานี

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน N=90	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	63	70.0
หญิง	27	30.0
<b>อายุ</b>		
ต่ำสุด 16 ปี สูงสุด 97 ปี อายุเฉลี่ย 50 ปี		
<b>ระดับการศึกษาสูงสุด</b>		
ประถมศึกษา	48	53.3
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	2.2
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า	18	20.0
อนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า	16	17.8
ปริญญาตรี	2	2.2
สูงกว่าปริญญาตรี	4	4.4

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน N=90	ร้อยละ
<b>อาชีพ</b>		
ข้าราชการ	20	22.2
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4	4.4
ลูกจ้างภาคเอกชน	13	14.4
ประกอบอาชีพส่วนตัว	22	24.4
เกษตรกร	6	6.7
นักศึกษา	2	2.2
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	4	4.4
อื่นๆ	19	21.1
<b>ระยะเวลาที่อาศัยในชุมชน</b>		
ต่ำสุด 1 ปี สูงสุด 73 ปี ระยะเวลาที่อาศัยเฉลี่ย 33 ปี		

จากตารางที่ 4.10 ประชาชนเป็นเพศหญิง ร้อยละ 30.0 เพศชาย ร้อยละ 70.0 มีอายุเฉลี่ย 50 ปี โดยมีอายุต่ำสุด 16 ปี และอายุสูงสุด 97 ปี สำเร็จการศึกษาในระดับประถมศึกษา ร้อยละ 53.3 รองลงมา ได้แก่ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. หรือเทียบเท่า ร้อยละ 20.0 และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และระดับปริญาตรี ร้อยละ 2.0 เท่ากัน ระดับอนุปริญญา/ปวส. หรือเทียบเท่า ร้อยละ 17.8 สูงกว่า ปริญาตรี ร้อยละ 4.4 งานอาชีพ พบว่า ประกอบอาชีพส่วนตัว ร้อยละ 24.4 เป็นข้าราชการ ร้อยละ 22.2 ลูกจ้างภาคเอกชน/รัฐบาล ร้อยละ 14.4 เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานหน่วยงานราชการ ร้อยละ 4.4 เกษตรกร ร้อยละ 6.7 และประกอบอาชีพอื่นๆ ร้อยละ 21.1 ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนเฉลี่ย 33 ปี ต่ำสุด 1 ปี สูงสุด 73 ปี

ตอนที่ 2 รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

รูปแบบการท่องเที่ยว	จำนวน N=90	ร้อยละ
ในท้องถิ่นมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
1. การท่องเที่ยวโบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์	85	94.4
2. การท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี	86	95.6
3. การท่องเที่ยวธรรมชาติ อุทยานน้ำตกและชมวิถีชีวิตสัตว์	3	3.3
4. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	14	15.6
5. การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ	13	14.4
6. การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนา	75	83.3
7. การเที่ยวชมและสัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น	31	34.4
8. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา	8	8.9
9. การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ	10	11.1

จากตารางที่ 4.11 ประชาชนเห็นว่า รูปแบบการท่องเที่ยวในอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ที่น่าสนใจได้แก่ การท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมประเพณี ร้อยละ 95.46 การท่องเที่ยวโบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ ร้อยละ 94.4 รองลงมาได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนา ร้อยละ 83.3 และการเที่ยวชมและ สัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ร้อยละ 34.4

ตารางที่ 4.12 ค่าถ่วงน้ำหนักกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นที่เป็นที่นิยม

กิจกรรม	อันดับที่			คะแนนแบบ ถ่วงน้ำหนัก	ลำดับที่
	1	2	3		
1. การท่องเที่ยวโบราณสถาน แหล่ง ประวัติศาสตร์	19	7	4	75	1
2. การท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี	4	4	2	22	3
3. การท่องเที่ยวธรรมชาติ อุทยาน น้ำตกและชมวิถีชีวิตสัตว์	3	2	1	14	5
4. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	1	8	2	21	4
5. การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ	2	3	1	13	6
6. การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนา	3	4	6	23	2
7. การเที่ยวชมและสัมผัสวิถีชีวิตของคน ในท้องถิ่น	-	1	5	7	8
8. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา	2	2	2	12	7
9. การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ	-	1	1	3	9

จากตารางที่ 4.12 กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ที่น่าสนใจ เรียงตามลำดับได้ดังนี้ การท่องเที่ยวโบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ รองลงมา ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อ กิจกรรมทางศาสนา และการท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม คะแนนแบบถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 75, 23 และ 22 ตามลำดับ



ตอนที่ 3 การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของประชาชน

การบริหารจัดการการท่องเที่ยว	การมีส่วนร่วม		การแปลผล
	( $\bar{X}$ )	(S.D.)	
<b>การมีส่วนร่วมในการกำหนดปัญหา</b>			
1. การแสดงความคิดเห็น และเสนอปัญหา เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้ผู้ เกี่ยวข้องได้รับทราบ	2.32	1.15	นานๆ ครั้ง
2. การปรึกษาหารือกันเกี่ยวกับปัญหาที่ เกิดจากการท่องเที่ยวและร่วมหาทาง แก้ไข	2.19	1.16	นานๆ ครั้ง
<b>รวม</b>	<b>2.21</b>	<b>1.15</b>	<b>นานๆ ครั้ง</b>
<b>การมีส่วนร่วมในการวางแผน</b>			
3. การเสนอแนะให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่/ กิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น และ ปัญหาแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อ ประโยชน์ในการจัดทำแผน	2.03	1.13	นานๆ ครั้ง
4. การติดต่อกับเจ้าหน้าที่ของรัฐ เพื่อขอ ทราบถึงแผนงาน หรือ โครงการเกี่ยว กับการท่องเที่ยวที่ทางราชการจะจัดขึ้น ในท้องถิ่น	2.08	1.15	นานๆ ครั้ง
<b>รวม</b>	<b>2.05</b>	<b>1.14</b>	<b>นานๆ ครั้ง</b>

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

การบริหารจัดการการท่องเที่ยว	การมีส่วนร่วม		การแปลผล
	( $\bar{X}$ )	(S.D.)	
<b>การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและการปฏิบัติ</b>			
5. การให้ความช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวก แก่เจ้าหน้าที่ของรัฐ ในการ พัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	2.47	1.19	นานๆ ครั้ง
6. การพัฒนา และจัดกิจกรรมที่ส่งเสริม สนับสนุนการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	2.34	1.09	นานๆ ครั้ง
7. การร่วมบริจาคเงิน หรือออกแรง เพื่อ ช่วยเหลือ พัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	2.47	.88	นานๆ ครั้ง
<b>รวม</b>	<b>2.42</b>	<b>1.05</b>	<b>นานๆ ครั้ง</b>
<b>การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล</b>			
8. การประเมินผลที่เกิดขึ้นจากการพัฒนา การท่องเที่ยวในท้องถิ่น	2.13	1.16	นานๆ ครั้ง
9. การติดตาม ตรวจสอบและประเมินผล เกี่ยวกับงบประมาณการเงินที่เกี่ยวข้อง กับการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	1.97	1.08	นานๆ ครั้ง
<b>รวม</b>	<b>2.05</b>	<b>1.12</b>	<b>นานๆ ครั้ง</b>

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

การบริหารจัดการการท่องเที่ยว	การมีส่วนร่วม		การแปลผล
	( $\bar{X}$ )	(S.D.)	
การมีส่วนร่วมในการบำรุงรักษาและปรับปรุงแก้ไข			
10. การแจ้งให้เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทราบทันทีที่พบเห็นการบุกรุก หรือทำลายสถานที่ท่องเที่ยว ตลอดจนทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	2.12	.94	นานๆ ครั้ง
11. การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง	2.52	1.11	นานๆ ครั้ง
12. การเป็นหูเป็นตาช่วยบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยว	2.67	1.15	ปานกลาง
รวม	2.43	1.07	นานๆ ครั้ง
การมีส่วนร่วมในการจัดการผลประโยชน์			
13. มีส่วนร่วมในการจัดการผลประโยชน์	1.89	1.09	นานๆ ครั้ง
รวม	1.89	1.09	นานๆ ครั้ง
ค่าเฉลี่ยรวม	2.17	1.09	นานๆ ครั้ง

จากตารางที่ 4.13 ประชาชนมีความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับนานๆ ครั้ง ( $\bar{X}=2.17$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

การมีส่วนร่วมในการกำหนดปัญหา ประชาชนเห็นว่ามีส่วนร่วมอยู่ในระดับนานๆ ครั้ง ( $\bar{X}=2.21$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การแสดงความคิดเห็นและเสนอปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ มีส่วนร่วมอยู่ในระดับนานๆ ครั้ง ( $\bar{X}=2.32$ ) ส่วนการปรึกษาหารือกันเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยวและร่วมหาทางแก้ไข มีส่วนร่วมอยู่ในระดับนานๆ ครั้ง ( $\bar{X}=2.19$ )

การมีส่วนร่วมในการวางแผนในภาพรวม ประชาชนเห็นว่ามีส่วนร่วมอยู่ในระดับนานๆ ครั้ง ( $\bar{X}=2.05$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีส่วนร่วมอยู่ในระดับนานๆ ครั้ง ทุกด้าน

การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและการปฏิบัติในภาพรวม ประชาชนเห็นว่า มีส่วนร่วมในระดับนานๆ ครั้ง ( $\bar{X}=2.42$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การร่วมบริจาคเงินหรือออกแรงเพื่อช่วยเหลือพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น และการพัฒนาและจัดกิจกรรมที่ส่งเสริม สนับสนุนการท่องเที่ยวในท้องถิ่นมีส่วนร่วมอยู่ในระดับนานๆ ครั้ง ( $\bar{X}=2.47$  และ 2.34 ตามลำดับ) ในขณะที่การให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่เจ้าหน้าที่ของรัฐในการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นที่มีส่วนร่วมอยู่ในระดับนานๆ ครั้ง ( $\bar{X}=2.47$ )

การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลในภาพรวม ประชาชนเห็นว่า มีส่วนร่วมอยู่ในระดับนานๆ ครั้ง ( $\bar{X}=2.05$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การประเมินผลที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น มีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=2.13$ ) ในขณะที่การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลเกี่ยวกับงบประมาณการเงินที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่นมีส่วนร่วม อยู่ในระดับ นานๆ ครั้ง ( $\bar{X}=1.97$ )

การมีส่วนร่วมในการบำรุงรักษาและปรับปรุงแก้ไขในภาพรวม ประชาชนเห็นว่ามีส่วนร่วมอยู่ในระดับนานๆ ครั้ง ( $\bar{X}=2.43$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวในท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง มีส่วนร่วมอยู่ในระดับนานๆ ครั้ง ( $\bar{X}=2.52$ ) และการเป็นหูเป็นตาช่วยบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยวมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=2.67$ ) ในขณะที่การแจ้งให้เจ้าหน้าที่ ที่เกี่ยวข้องทราบทันทีที่พบเห็นการบุกรุกหรือทำลายสถานที่ท่องเที่ยว ตลอดจนทรัพยากรเพื่อการ ท่องเที่ยวในท้องถิ่น มีส่วนร่วมอยู่ในระดับนานๆ ครั้ง ( $\bar{X}=2.12$ )

การมีส่วนร่วมในการจัดการผลประโยชน์ในภาพรวม ประชาชนเห็นว่ามีส่วนร่วม อยู่ในระดับนานๆ ครั้ง ( $\bar{X}=1.89$ ) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การมีส่วนร่วมในการจัดการผลประโยชน์ อยู่ในระดับนานๆ ครั้ง ( $\bar{X}=1.89$ )

#### ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

1. การได้รับประโยชน์จากการมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการท่องเที่ยว ประชาชนได้รับประโยชน์จากการมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการท่องเที่ยว มีดังนี้
  1. ได้รู้ประวัติความเป็นมาในอดีต และช่วยให้ชาวบ้านมีรายได้เพิ่มมากขึ้น
  2. ค้นตัวอยู่ตลอดเวลา ทำให้รู้สึกภาคภูมิใจในท้องถิ่น
  3. มีนักท่องเที่ยวมาชมงานแสดงและกิจกรรมของท้องถิ่น
  4. มีประโยชน์และได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน
  5. ได้รับความสบายใจ มีการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้สวยงามอยู่เสมอ
  6. เป็นการอนุรักษ์ และประเพณีดั้งเดิมไว้มิให้สูญสลายไปตามกาลเวลา
  7. มีความรู้หลายๆ ด้านมากยิ่งขึ้นและสร้างความเจริญให้กับท้องถิ่น
  8. ช่วยกันอนุรักษ์การท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมให้ลูกหลาน ได้ดูในภายภาคหน้า

9. ชาวบ้านสามารถสร้างรายได้ด้วยการค้าขายให้กับนักท่องเที่ยว
10. แหล่งท่องเที่ยวได้รับการพัฒนา และมีรายได้เพิ่มมากขึ้น มีความสุขสบายมากขึ้น
11. ได้รับผลประโยชน์จากการทำท่าเทียบเรือให้นักท่องเที่ยว
12. เกิดการสร้างถนนเลียบริบคลองขึ้นมาใหม่ และพัฒนาปรับปรุง ถนนเลียบริบคลอง
13. ได้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ทุกคนได้รับผลประโยชน์ร่วมกันโดยส่วนรวม
14. พัฒนาสภาพแวดล้อม และสาธารณูปโภคให้ดียิ่งขึ้น
15. ได้ทราบแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอสามโคก
- 1.6 ชุมชนมีสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น

## 2. แนวทางการแก้ไขปัญหาและพัฒนากการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

ประชาชนได้เสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหาและพัฒนากการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ไว้ตามลำดับ

ดังนี้

1. องค์กรภาครัฐต้องให้การสนับสนุนมากขึ้น ต้องการให้พัฒนากการท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรม
2. ขอให้ช่วยกันป้องกันน้ำท่วม ช่วยกันประชาสัมพันธ์ แก้ไขปัญหาน้ำท่วม
3. ไม่ต้องการให้มีโรงงานในพื้นที่ ช่วยกันแก้ไขปัญหาของแหล่งท่องเที่ยว
4. ให้รัฐบาลช่วยพัฒนามีที่จำหน่ายสินค้า
5. ให้รัฐบาลจัดการป้องกันน้ำท่วม และเร่งพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว
6. ต้องการมีตลาดน้ำ และอยู่ในระหว่างขาดผู้นำ ฉะนั้นต้องมีการพัฒนา
7. ช่วยกันอนุรักษ์และปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นแบบยั่งยืน
8. ให้มีการจัดกิจกรรมบ่อยๆ มีเงินกองทุนหมู่บ้าน แต่ขาดการประชาสัมพันธ์
9. ต้องช่วยกันพัฒนาถนน ปลูกต้นไม้ ทำสะพานเพิ่มความสะอาดสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา
10. ต้องร่วมมือกันจัดแหล่งท่องเที่ยวให้สะอาด
11. รัฐบาลสนับสนุนช่วยเหลือร่วมกับการท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์ ให้ทุกคนทราบแหล่งท่องเที่ยวและประเพณีของชาวมอญ
12. ไม่ไปทำลายธรรมชาติ ให้มีประเพณีไทยมอญ คงอยู่ตลอดไป
13. ควรพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในบริเวณสถานที่ท่องเที่ยว และบริเวณใกล้เคียง เช่น ถนน/เส้นทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยว สถานที่จอดรถ ระบบไฟฟ้า-น้ำประปา ห้องสุขาที่มีมาตรฐาน และสะอาด ปลอดภัย
14. ควรปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวที่มีสภาพทรุดโทรมให้กลับมาสวยงาม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด
15. ควรประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่ให้มากขึ้น และส่งเสริมการท่องเที่ยวให้หลากหลาย
16. ผู้นำท้องถิ่นควรทราบข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ และทราบจุดขายของในพื้นที่เพื่อส่งเสริมให้ถูกทิศทาง

กลุ่มนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 1. ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยว

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน N=10	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	5	50.0
หญิง	5	50.0
<b>อายุ</b>		
ต่ำสุด 32 ปี สูงสุด 60 ปี อายุเฉลี่ย 47 ปี		
<b>ระดับการศึกษาสูงสุด</b>		
ประถมศึกษา	4	40.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า	-	-
อนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า	-	-
ปริญญาตรี	3	30.0
สูงกว่าปริญญาตรี	3	30.0
<b>อาชีพ</b>		
ข้าราชการ	6	60.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-	-
ประกอบอาชีพส่วนตัว	1	10.0
รับจ้าง/ลูกจ้างเอกชน	2	20.0
เกษตรกร	1	10.0
นักเรียน/นักศึกษา	-	-
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	-	-
อื่นๆ	-	-

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน N=10	ร้อยละ
<b>วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว</b> (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน	7	70.0
เพื่อธุรกิจ	-	-
เพื่อการศึกษา	1	10.0
เพื่อประชุม/สัมมนา	-	-
เพื่อน/เชิญญาติ	2	20.0
งานแสดง/นิทรรศการ	-	-
อื่น ๆ	-	-
<b>แหล่งการรับรู้สถานที่ท่องเที่ยว</b> (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
วิทยุโทรทัศน์	-	-
วิทยุกระจายเสียง	1	10.0
วารสารการท่องเที่ยว	2	20.0
หนังสือพิมพ์/แผ่นพับ	-	-
เพื่อน/ญาติ	7	70.0
งานแสดง/นิทรรศการ	-	-
อื่น ๆ	2	20.0

จากตารางที่ 4.14 นักท่องเที่ยวแบ่งเป็นเพศหญิง ร้อยละ 50.0 เพศชาย ร้อยละ 50.0 มีอายุเฉลี่ย 47 ปี โดยมีอายุต่ำสุด 32 ปี และอายุสูงสุด 60 ปี สำเร็จการศึกษาในระดับประถมศึกษา ร้อยละ 40.0 สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 30.0 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 30.0 เท่ากัน ด้านอาชีพ พบว่า ประกอบอาชีพข้าราชการ ร้อยละ 60.0 รองลงมา ได้แก่ รับจ้าง ร้อยละ 20.0 ส่วนอาชีพเกษตรกรและประกอบอาชีพส่วนตัว ร้อยละ 10.0 เท่ากัน ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้เพื่อเป็นการพักผ่อน ร้อยละ 70.0 และรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวใน 3 ตำบล อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี จากเพื่อน/ญาติ ร้อยละ 70.0 เท่ากัน

ตอนที่ 2 ประเภทการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.15 ค่าดัชนีนำหนักประเภทการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว

กิจกรรม	อันดับที่			คะแนนแบบ ถ่วงน้ำหนัก	ลำดับที่
	1	2	3		
1. การท่องเที่ยวโบราณสถาน แหล่ง ประวัติศาสตร์	7	5	3	34	1
2. การท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี	5	3	0	21	3
3. การท่องเที่ยวธรรมชาติ อุทยาน น้ำตก และชมวิถีชีวิตสัตว์	1	2	1	8	6
4. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	6	0	1	19	4
5. การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ	0	1	0	2	9
6. การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนา	0	1	1	3	8
7. การเที่ยวชมและสัมผัสวิถีชีวิตของคน ในท้องถิ่น	1	3	4	13	5
8. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา	1	0	0	4	7
9. การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ	8	3	1	31	2

จากตารางที่ 4.15 พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม ตามลำดับ ได้แก่ การท่องเที่ยวโบราณสถานแหล่งประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ และการท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี โดยมีค่าคะแนนแบบถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 34, 31 และ 21 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ค่าดัชนีนำหนักสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในท้องถิ่น

สถานที่	อันดับที่			คะแนนแบบ ถ่วงน้ำหนัก	ลำดับที่
	1	2	3		
1. วัดสิงห์	9	1	2	31	1
2. วัดสะแก	4	0	0	12	3
3. วัดเจดีย์ทอง	5	2	0	25	2
4. วัดสามัคคิยาราม	0	3	0	6	4



จากตารางที่ 4.16 สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในท้องถิ่นเรียงตามลำดับ ได้แก่ วัดสิงห์ วัดเจดีย์ทองและวัดสะแก โดยมีค่าคะแนนแบบถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 31,25 และ 12 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละความสนใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวต่อไปยังสถานที่ใกล้เคียง

ความสนใจ	จำนวน N = 10	ร้อยละ
ไม่มี	7	70.0
มี	3	30.0

จากตารางที่ 4.17 นักท่องเที่ยวร้อยละ 70.0 ไม่สนใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวต่อไปยังสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง ในขณะที่ร้อยละ 30.0 มีความสนใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวต่อไปยังสถานที่ใกล้เคียง

ตารางที่ 4.18 จำนวนและร้อยละเหตุผลในการเลือกตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่อไป

เหตุผล	จำนวน N = 10	ร้อยละ
เหตุผลในการเลือกตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่อไป (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
1. เป็นเส้นทางต่อเนื่อง	2	20.0
2. การเดินทางสะดวก	2	20.0
3. เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเป็นมาเกี่ยวข้องกับ	2	20.0
4. น่าสนใจและมีชื่อเสียง	2	20.0
5. เพื่อเลือกซื้อสินค้าและของที่ระลึก	1	10.0
6. อื่นๆ	-	-

จากตารางที่ 4.18 พบว่า เหตุผลที่นักท่องเที่ยวเลือกตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่อไป เนื่องจากเป็นเส้นทางต่อเนื่อง การเดินทางสะดวก เป็นสถานที่ที่มีความเป็นมาเกี่ยวข้องกับ และน่าสนใจ ร้อยละ 20.0 และเพื่อเลือกซื้อสินค้าและของที่ระลึก ร้อยละ 10.0

ตอนที่ 3. คุณลักษณะหรือปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยคุณลักษณะหรือปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยว

ความนิยมของนักท่องเที่ยว	คุณลักษณะ/ปัจจัย		การแปลผล
	( $\bar{X}$ )	(S.D.)	
<b>ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว</b>			
1. ความเหมาะสมในการจัดเขตพื้นที่	3.60	.84	มาก
2. ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.20	1.03	ปานกลาง
3. ความสวยงามและความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	3.00	.94	ปานกลาง
4. ประกอบกิจการท่องเที่ยวได้หลากหลาย	3.10	.73	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.22</b>	<b>.88</b>	<b>ปานกลาง</b>
<b>การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม</b>			
5. การจัดการขยะมูลฝอย	2.70	.82	ปานกลาง
6. การจัดการคุณภาพน้ำ	3.10	.87	ปานกลาง
7. การจัดการคุณภาพอากาศ	2.80	.78	ปานกลาง
8. การจัดการคุณภาพเสียง	2.60	.96	น้อย
<b>รวม</b>	<b>2.80</b>	<b>.86</b>	<b>ปานกลาง</b>
<b>ลักษณะทางสังคม</b>			
9. ความประทับใจในการเที่ยวชม	3.10	1.10	ปานกลาง
10. ความเข้มแข็งของชุมชนและวัฒนธรรม	3.30	1.16	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.20</b>	<b>1.13</b>	<b>ปานกลาง</b>

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ความนิยมของนักท่องเที่ยว	คุณลักษณะ/ปัจจัย		การแปลผล
	( $\bar{X}$ )	(S.D.)	
<b>มิติทางศิลปวัฒนธรรม</b>			
11. คุณค่าทางภูมิปัญญาและองค์ความรู้	3.70	1.41	มาก
12. คุณค่าทางประวัติศาสตร์	3.70	1.41	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.70</b>	<b>1.41</b>	<b>มาก</b>
<b>คุณค่าทางการเรียนรู้และการศึกษา</b>			
13. ผลประโยชน์และความคุ้มค่าในการเรียนรู้	3.30	1.16	ปานกลาง
14. การใช้แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และการศึกษา	3.20	.91	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.25</b>	<b>1.03</b>	<b>ปานกลาง</b>
<b>การบริหารจัดการ</b>			
15. การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก	2.80	1.13	ปานกลาง
16. การจัดการความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน	2.60	.96	น้อย
17. การให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกในคุณค่าของการท่องเที่ยว	2.80	1.03	ปานกลาง
18. การจัดการบุคลากรผู้ให้บริการ	2.40	1.17	น้อย
<b>รวม</b>	<b>2.65</b>	<b>1.07</b>	<b>ปานกลาง</b>
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.13</b>	<b>1.06</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.19 พบว่าคุณลักษณะหรือปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยวในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=3.13$ ) และเมื่อพิจารณารายคุณลักษณะ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในแต่ละคุณลักษณะ ดังนี้

คุณลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวในภาพรวม นักท่องเที่ยวเห็นว่าคุณลักษณะดังกล่าว ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=3.22$ ) ความเหมาะสมในการจัดเขตพื้นที่อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.60$ ) ส่วนความสะดวก ความสวยงาม และการประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวได้หลากหลาย นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

คุณลักษณะด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในภาพรวม นักท่องเที่ยวเห็นว่า คุณลักษณะดังกล่าว ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=2.80$ ) เมื่อพิจารณารายปัจจัย พบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง และด้านการจัดการคุณภาพเสียง อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X}=2.60$ )

คุณลักษณะด้านสังคมในภาพรวม นักท่องเที่ยวเห็นว่า คุณลักษณะดังกล่าว ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=3.20$ ) เมื่อพิจารณารายปัจจัย พบว่า ความประทับใจในการเที่ยวชม ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=3.10$ ) ในขณะที่ปัจจัยด้านความเข้มแข็งของ ชุมชนและวัฒนธรรม ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=3.30$ )

คุณลักษณะด้านมิติทางศิลปวัฒนธรรมในภาพรวม นักท่องเที่ยวเห็นว่า คุณลักษณะดังกล่าว ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.70$ ) เมื่อพิจารณารายปัจจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย

คุณลักษณะด้านคุณค่าทางการเรียนรู้และการศึกษา นักท่องเที่ยวเห็นว่า คุณลักษณะดังกล่าว ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=3.25$ ) เมื่อพิจารณารายปัจจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางทุกปัจจัย

คุณลักษณะด้านการบริหารจัดการ นักท่องเที่ยวเห็นว่า คุณลักษณะดังกล่าว ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=2.65$ ) เมื่อพิจารณารายปัจจัย พบว่า การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้ความรู้ สร้างจิตสำนึกในคุณค่าของการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=2.80$ ) เท่ากัน สำหรับการจัดการความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน การจัดการบุคลากรผู้ให้บริการท่องเที่ยวมีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X}=2.60, 2.40$ ) ตามลำดับ

#### ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

##### 1. แนวทางการแก้ปัญหาและพัฒนาการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวได้เสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาและพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. ต้องการให้ภาครัฐจัดการบริหารร่วมกับภาคเอกชน
2. ต้องการให้หน่วยงานที่รับผิดชอบเร่งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรมมากกว่านี้

3. อยากรู้เพิ่มเติมบางอย่างที่เคยมี ยังคงมีอยู่ตลอดไป
4. รัฐบาลควรให้ความช่วยเหลือ
5. ต้องการให้มีร้านค้าขายของที่ระลึก มีห้องน้ำ ห้องสุขา ที่สะอาดและมีอย่างเพียงพอ
6. ควรจัดให้มีศูนย์จำหน่ายสินค้าทางการท่องเที่ยว
7. ควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้กว้างขึ้น
8. ควรมีศูนย์ข้อมูลข่าวสาร ด้านการท่องเที่ยวไว้บริการให้แก่นักท่องเที่ยว
9. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาดูแลให้คำแนะนำ และปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวให้สะดวก และพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว
10. ควรเปิดโอกาสให้ชาวบ้านในชุมชน ใกล้เคียง ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนด้วย
11. ควรปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในสถานที่ท่องเที่ยวให้สวยงาม สะอาด ร่มรื่น เหมาะสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ
12. ควรมีการจัดระบบการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวทุกแห่ง

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี กรณีศึกษา : อาหารไทยรามัญ” ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว รูปแบบการส่งเสริมและอนุรักษ์อาหารไทยรามัญ การประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อต่างๆ ในด้านการท่องเที่ยว อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี โดยมีผู้ให้ข้อมูลในการศึกษานี้มีจำนวน 128 คน ประกอบด้วยผู้บริหารเอกชนและเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจำนวน 3 คน ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล/ผู้นำชุมชน จำนวน 15 คน ผู้ประกอบการ 10 คน ประชาชนทั่วไปในพื้นที่ 90 คน และนักท่องเที่ยวจำนวน 10 คน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม ผู้ศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ทั้งการสัมภาษณ์และการสอบถาม ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณทำการวิเคราะห์ โดยใช้สถิติ ความถี่ ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าถ่วงน้ำหนัก ผลการศึกษา สรุปได้ดังนี้

#### 5.1 ผลการวิจัยและอภิปรายผล

##### 5.1 การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวของอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

จากการศึกษาการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวในอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ในด้านต่างๆ สรุปได้ดังนี้

##### 5.1.1 ด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

พบว่าการบริหารจัดการทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในความรับผิดชอบของแต่ละพื้นที่ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และองค์กรเอกชน ซึ่งจะเป็นผู้กำหนดนโยบายแนวทางในการพัฒนาและจัดกิจกรรมในพื้นที่ของตนเอง โดยมีส่วนราชการที่เกี่ยวข้องเป็นผู้ให้คำแนะนำปรึกษา ส่วนในด้านการบริหารจัดการด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับการปรับปรุงภูมิทัศน์และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเป็นหลัก

##### 5.1.2 ด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด

การดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาดด้านการท่องเที่ยวอยู่ในความรับผิดชอบของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำหรับในระดับจังหวัดจะดำเนินการร่วมกันระหว่างศูนย์

การท่องเที่ยว นันทนาการ และกีฬา สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด องค์การบริหารส่วนจังหวัด และองค์การบริหารปกครองส่วนท้องถิ่น ในขณะเดียวกันมีการประสานงานร่วมกันกับกลุ่มจังหวัดท่องเที่ยวภาคกลางด้วย โดยมีการร่วมกันจัดทำแผนการตลาดเชิงรุก และเร่งส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ทั้งทางวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ วารสาร เพื่อการท่องเที่ยว สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ และวีซีดี (VCD)

นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเปิดโอกาส ให้ทุกภาคส่วนได้เผยแพร่และร่วมออกร้านแสดงสินค้าของคนตลอดจนนำเสนอข้อมูลที่น่าสนใจอีกด้วย

### 5.1.3 ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยว

สินค้าทางการท่องเที่ยวของอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ได้แก่ แหล่งโบราณสถาน และประวัติศาสตร์ ศาสนสถาน การสัมผัสวิถีชีวิต วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น กิจกรรมนันทนาการ และกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวต่างๆ ตลอดจนทรัพยากรธรรมชาติ

### 5.1.4 ด้านการคมนาคมและสาธารณูปโภค

การดูแลในเรื่องเส้นทางคมนาคมในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว องค์การบริหารส่วนตำบลจะเป็นผู้รับผิดชอบ โดยภาพรวมพบว่าความพร้อมในด้านการคมนาคมและสาธารณูปโภค เพื่อการจัดการท่องเที่ยวอยู่ในลักษณะที่เหมาะสมและมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว

### 5.1.5 ด้านสังคมและวัฒนธรรม

พบว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ค่านิยม ต่างๆ ในการดำเนินชีวิตที่ติดมากับนักท่องเที่ยวด้วย ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมของประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งมีทั้งด้านบวกและด้านลบ

### 5.1.6 ด้านการบริหาร

โดยภาพรวมพบว่า องค์กรและเจ้าของพื้นที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะเป็นผู้ดำเนินการเอง

### 5.1.7 ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ

มีการส่งเสริมและสร้างจิตสำนึกของนักท่องเที่ยวในเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากร โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชุมชน และสิ่งแวดล้อมไว้เป็นอย่างดี

### 5.1.8 ด้านการเชื่อมโยงเส้นทางทางการท่องเที่ยว

พบว่า ส่วนใหญ่เป็นการเชื่อมโยงเส้นทางทางการท่องเที่ยวภายในของอำเภอสามโคกเอง โดยอาศัยเส้นทางสัญจรทางน้ำเป็นหลัก

### 5.1.9 ด้านงบประมาณ

ใช้งบประมาณของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และงบประมาณยุทธศาสตร์ด้านการอนุรักษ์ ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวของจังหวัด

#### 5.1.10 ด้านการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ พบว่า มี ส่วนร่วมในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาในรายกลุ่ม พบว่าประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวหลายๆ ครั้ง ในขณะที่กลุ่มผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาในรายกิจกรรมของการมีส่วนร่วมพบว่า การกำหนดปัญหา/วิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ การวางแผนและกำหนดกิจกรรม การสนับสนุนงบประมาณและแรงงาน การติดตามประเมินผล มีส่วนร่วมในระดับน้อย ส่วนการมีส่วนร่วมดำเนินการ ร่วมบำรุงรักษา ปรับปรุงแก้ไขปัญหาด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ และการร่วมรับประโยชน์/จัดการผลประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ มีส่วนร่วมในระดับปานกลาง

สำหรับปัญหาอุปสรรคในการบริหารจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่น สรุปได้ดังนี้

#### 1. ปัญหาด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

- 1.1 สถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร และมีสภาพเสื่อมโทรม ซึ่งต้องรีบเร่งแก้ไขโดยด่วน
- 1.2 สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งมีข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว
- 1.3 ความไม่ปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว

#### 2. ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด

- 2.1 การประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินการอยู่ยังขาดความหลากหลาย ขาดความต่อเนื่อง และไม่ทั่วถึง ไม่สามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้อย่างแท้จริง
- 2.2 การประชาสัมพันธ์ขาดความต่อเนื่อง และยังขาดการกระตุ้นให้เห็นบรรยากาศของการท่องเที่ยวภายในอำเภอสามโคก
- 2.3 การประชาสัมพันธ์ยังขาดเอกภาพและไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน
- 2.4 ขาดการสร้างเครือข่ายกับภาคส่วนต่างๆ ระหว่างองค์กรภาครัฐด้วยกันเองและภาครัฐกับภาคเอกชน
- 2.5 ยังไม่สามารถดำเนินการการตลาดในเชิงรุก ได้อย่างแท้จริง

#### 3. ปัญหาด้านการบริการ

- 3.1 รูปแบบการให้บริการยังไม่หลากหลาย และไม่สามารถสร้างความประทับใจในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้



3.2 ระบบการรักษาความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยวยังขาดมาตรฐาน

3.3 ศูนย์ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวยังไม่

#### 4. ปัญหาด้านงบประมาณ

4.1 งบประมาณไม่เพียงพอในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่นิยม

4.2 ขาดเงินทุนหมุนเวียนในการพัฒนาพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว

4.3 งบประมาณด้านการพัฒนา บุคลากร ช่อมแซม แหล่งโบราณสถาน ในแต่ละปีไม่มีความแน่นอน

#### 5. ปัญหาด้านการมีส่วนร่วม

5.1 ประชาชนในชุมชนยังไม่ตระหนักและเห็นความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่

5.2 ขาดการประสานให้หน่วยงานต่างๆ จากทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่

#### 6. ปัญหาด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้อง

6.1 ขาดเจ้าภาพหลักในการรับผิดชอบดูแลงานด้านการท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลกระทบต่อภารกิจต่อประสานงาน

6.2 บุคลากรในการปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยวมีไม่เพียงพอกับปริมาณงานที่เพิ่มขึ้น

6.3 บุคลากรยังขาดความรู้ความชำนาญในด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว อันเนื่องมาจากการปรับเปลี่ยน โครงสร้างของส่วนราชการและมีการปรับ โอนบุคลากรจากสายงานอื่น ให้มาดูแลงานด้านการท่องเที่ยว

6.4 ขาดการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว ทำให้ไม่ได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

6.5 ขาดผู้สืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านต่างๆ และการสานต่องานการท่องเที่ยวในชุมชน

#### 5.2 คุณลักษณะหรือปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยวในการเลือกมาท่องเที่ยวในอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

การศึกษาคุณลักษณะหรือปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความนิยมของนักท่องเที่ยวในการเลือกมาท่องเที่ยวในอำเภอสามโคกจังหวัดปทุมธานี ครั้งนี้ คือ ด้านลักษณะกายภาพ ด้านการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ด้านลักษณะทางสังคม ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านคุณค่าการเรียนรู้และการศึกษา และด้านการบริหารจัดการ

ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะที่ส่งผลกระทบต่อความนิยมในการเลือกมาท่องเที่ยวในอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ส่งผลกระทบต่อความนิยมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่าส่วนมาก ลักษณะส่งผลกระทบต่อความนิยมในระดับปานกลาง

### 5.3 ศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

การท่องเที่ยวในอำเภอสามโคก มีศักยภาพและข้อจำกัดในการพัฒนา สรุปได้ดังนี้

5.3.1 อำเภอสามโคกมีศักยภาพที่โดดเด่นเกี่ยวกับแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และชุมชนชาวมอญที่ยังคงอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีอันดีงามมาเป็นเวลายาวนาน

5.3.2 ความมีเอกลักษณ์ในวิถีชีวิตของชุมชนเป็นศักยภาพที่โดดเด่นที่ใช้เป็นแหล่งเรียนรู้สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

5.3.3 แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งใช้เป็นแหล่งรวมภูมิปัญญาชาวบ้านได้ ทั้งในด้านศิลปวัฒนธรรมและงานหัตถกรรม

5.3.4 ภาคการเกษตรเป็นการผสมผสานสวนเกษตร ไม้ดอกไม้ประดับ ไม้ผล พืชไร่ พืชสวน นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวชมวิถีชีวิตชาวบ้านได้เป็นอย่างดี

5.3.5 เส้นทางศึกษาธรรมชาติที่น่าสนใจ สามารถสัมผัสได้ด้วยการท่องเที่ยวร่วมกับรูปแบบการท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีอยู่

5.3.6 ระยะทางที่ไม่ห่างจากกรุงเทพมหานคร สามารถส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวตามที่ต้องการ ได้อย่างหลากหลาย

5.3.7 ความมีชื่อเสียงของแหล่งประวัติศาสตร์และโบราณสถานเตาโอ่งอ่าง ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ก่อให้เกิดความสนใจในการมาท่องเที่ยวได้

5.3.8 ความร่วมมือของชุมชนในท้องถิ่น สามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอสามโคก ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้

### 5.4 ข้อจำกัดในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

5.4.1 สินค้าทางการท่องเที่ยวของอำเภอสามโคกยังขาดจุดเด่น ทั้งยังไม่สามารถสร้างสินค้าในรูปแบบอื่นๆ ให้เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวหันมาสนใจเป็นพิเศษได้

5.4.2 ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของอำเภอสามโคกเป็นเพียงทางผ่านที่นักท่องเที่ยวให้ความ สนใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่น้อย

5.4.3 สถานที่สำคัญของอำเภอสามโคกยังไม่ได้รับการพัฒนาเพื่อให้มีศักยภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่และยั่งยืน

5.4.4 แหล่งท่องเที่ยวของอำเภอสามโคก ส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และการท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนา ในขณะที่นักท่องเที่ยวส่วนมากนิยมเที่ยวชมธรรมชาติ เช่น เที่ยวป่า เที่ยวทะเล เที่ยวภูเขา และเที่ยวน้ำตก เป็นต้น

5.4.5 การเชื่อมโยงเส้นทางรถท่องเที่ยวภายในอำเภอและจังหวัด ยังขาดความหลากหลายในการบูรณาการกิจกรรมต่างๆ

5.4.6 วิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอำเภอสามโคก ยังไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

5.4.7 ยังขาดหน่วยงานที่รับผิดชอบต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอำเภอสามโคก ส่วนใหญ่จะฝากงานด้านการท่องเที่ยวไว้ใน โครงการกิจกรรมต่างๆ และหน่วยงานต่างๆ

### 5.5 แนวทางในการพัฒนาศักยภาพและข้อจำกัด

5.5.1 ควรจัดให้มีแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ มีผู้บรรยายนำชม การแสดง และตอบข้อซักถามของนักท่องเที่ยว

5.5.2 ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวภายในอำเภอเพื่อให้เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงโดยเส้นทางคมนาคมที่สามารถเชื่อมโยงกันได้

5.5.3 ควรมีการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ และแผนการตลาดที่เป็นแบบบูรณาการภายในอำเภอและจังหวัด

5.5.4 ควรให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมค้นหาจุดเด่นของตนเองเพื่อนำมาสร้างให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เช่น วิถีชีวิตและวัฒนธรรมพื้นบ้าน และความโดดเด่นของทรัพยากรธรรมชาติของท้องถิ่น

5.5.5 ควรให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ถูกต้องแก่ประชาชนในชุมชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว

5.5.6 ควรมีการจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอ และเหมาะสมกับการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว

5.5.7 ควรจัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายเพื่อให้เป็นทางเลือกแก่นักท่องเที่ยวและควรส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวแบบชมวิถีชีวิตในท้องถิ่น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน และวัฒนธรรมของชุมชนในท้องถิ่นให้มากขึ้น

### 5.6 แนวทางการบูรณาการการท่องเที่ยวอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

5.5.1 จัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด ควรพิจารณาให้สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันในการพัฒนาอำเภอสามโคกให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

1.5.2 มีการท่องเที่ยวบนเส้นทางคมนาคมระหว่างอำเภอสามโคกกับแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดใกล้เคียง

1.5.3 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งเรียนรู้ตามที่เป็นจริง

1.5.4 การสร้างเครือข่ายเพื่อการท่องเที่ยวทุกภาคส่วน

1.5.5 การสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในชุมชนท้องถิ่น

### 5.7 การส่งเสริมและอนุรักษ์อาหารไทยสามโลก อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

อาหารไทยสามโลกเป็นอาหารพื้นบ้านและมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง เช่น วัตถุดิบ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาชาวบ้าน รูปลักษณ์ รสชาติ และการบริการ ราชการอาหารทุกประเภทล้วนมีคุณค่าทางโภชนาการรวมทั้งเป็นอาหารบำรุงร่างกาย และเป็นยารักษาโรคแสดงถึงภูมิปัญญาของชาวมอญ

อาหารไทยสามโลกเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่นิยมของท้องถิ่น ได้แก่

1. ข้าวแช่ (เป็งค้ำจ๊ก)
2. แกงข้าวตัง (พะห้เป็งดาว)
3. ขนมจีน (สะนอม)
4. แกงบอน (พะห้กราว)
5. แกงลูกสั้น (พะห้อะลือต)
6. แกงใบกระเพรา (สะกมหวานอะเพรา)
7. ปลาเค็มฝอย (กะเบอ)
8. แกงยอดมะรุ้มถั่วเขียว (พะห้อะมออะเด็ง)
9. แกงมะตาด (พะห้อะปรี๊ว)
10. แกงเผือกกล้วยคิบไก่บ้าน (พะห้ปรัคกอหัจยาน)
11. น้ำปลาขำ, ขนุนคัม (อะหรวดกะจอมห้ อะเนอะห้เบอะห้)
12. แกงจี่เหล็ก (พะห้ปะกัต)
13. แกงใบข่อยหอยกาบ (พะห้อะหนะจุกห้ออะเน๊าว์)
14. แกงกล้วยคิบใบมะขามอ่อน (พะห้ปรัคอะมอม่ังโก่ถน)
15. แกงผักบั้งหัวเผือกเม็ดพุทรา (พะห้อะเน็งห่วนกอหะมะอะ ไค่วห้)
16. แกงส้มคอกจิว (พะห้เกรจ๊ก)
17. แกงส้มคอกสันตะวา (พะห้อะฮังรอม)
18. คัมปลาร้าหัวตาล (พะคาสะร้อกกะ)
19. หมี่กะทิ (สะนอมเกร็กกาค้ำจ๊กค้ำะฮ้ออะดเปรียชนะนา)
20. ปลาร้าหลน (สะร้อกกะอะเซียก)

จากการศึกษาพบว่าสินค้าทางการท่องเที่ยวของอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน และประวัติศาสตร์ ศาสนสถาน การสัมผัสวิถีชีวิต วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น กิจกรรมนันทนาการ และกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวต่างๆ นอกจากนี้ยังมีสินค้าที่ระลึกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นสินค้าทางการเกษตร สินค้าทางหัตถกรรม เช่น เครื่องปั้นดินเผา ขนมไทย ดอกไม้ประดับ และ โคมไฟ ไม้ไผ่ เป็นต้น

ในขณะที่เดียวกันสินค้าทางด้านอาหารไทยรวมอยู่กลับไม่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว จากการ  
ศึกษาพบสาเหตุมีดังนี้ คือ

5.7.1 อาหารไทยรวมจะนิยมรับประทานกันตามเทศกาลสำคัญๆ และรับประทาน  
ตามฤดูกาล

5.7.2 อาหารไทยรวมจะมีจำหน่ายตามตลาดนัด หรือจำหน่ายในตลาดสดจังหวัด  
ปทุมธานี ไม่มีจำหน่ายในพื้นที่

5.7.3 อาหารไทยรวมเป็นอาหารพื้นบ้าน จึงทำให้ไม่มีลูกค้ามาซื้อ

5.7.4 อาหารไทยรวมต้องใช้วัสดุอุปกรณ์เครื่องใช้และมีพิธีกรรมมาก ทำให้มีค่าใช้จ่าย  
เพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย

5.7.5 คนรุ่นหลังให้ความสำคัญกับอาหารไทยรวมน้อยมาก ทำให้อาหารไทยรวม  
ไม่แพร่หลาย และไม่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว

5.7.6 ขาดการส่งเสริมและปลูกฝังให้เยาวชนรุ่นใหม่รับประทานอาหารไทยรวม

5.7.8 ไม่มีแหล่งจำหน่ายอาหารไทยรวมในแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอสามโคก

5.7.9 ไม่รณรงค์ให้ครัวเรือนหันมาปลูกผักสวนครัวที่เป็นวัตถุดิบใช้สำหรับปรุงอาหาร

ไทยรวม

5.8 การประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อต่างๆ ในด้านการท่องเที่ยว อำเภอสามโคก จังหวัด ปทุมธานี

จากการศึกษาพบว่า การประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อต่าง ๆ ในด้านการท่องเที่ยวของอำเภอ  
สามโคก จังหวัดปทุมธานี เป็นการใช้สื่อทางอิเล็กทรอนิกส์หรืออินเทอร์เน็ตมากกว่าสื่อชนิดอื่นๆ  
เพราะสื่ออินเทอร์เน็ตกำลังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เป็นเพราะสื่อดังกล่าวสามารถเข้าถึงกลุ่ม  
เป้าหมายได้หลากหลายและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ได้อย่างไร้ขีดจำกัดและไร้พรมแดน ประกอบกับข้อมูล  
ที่ได้รับนั้นยังมีภาพและรายละเอียดของข้อมูลประกอบ ให้ผู้สนใจได้เห็นภาพสวยงามของสถานที่  
ท่องเที่ยวนั้นได้จริง เป็นการเพิ่มมิติของการรับรู้ที่มากขึ้น ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว  
ที่อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานีมากขึ้น นับว่าสื่อดังกล่าวมีบทบาทมากในปัจจุบัน และมีแนวโน้มที่จะ  
ได้รับความนิยมมากขึ้นในอนาคต

## 5.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัย

จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

### เชิงนโยบาย

1. อำเภอสามโคกมีจุดโดดเด่นที่สำคัญและน่าสนใจ คือ มีชุมชนชาวมอญที่ยังอนุรักษ์ศิลป  
วัฒนธรรม ประเพณี ควรส่งเสริม สนับสนุน การท่องเที่ยวทั้งทางน้ำและทางบกให้เป็นรูปธรรม

2. ควรมีหน่วยงานเป็นเจ้าภาพหลักในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่
3. ควรจัดเส้นทางเชื่อมโยงระหว่างอำเภอและจังหวัดให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายมากกว่านี้
4. ควรพัฒนาแหล่งประวัติศาสตร์และ โบราณสถานและแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม และประเพณี ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว
5. ควรส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยให้ชุมชนในท้องถิ่นและหน่วยงานของภาครัฐ และเอกชนมีความพร้อมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

### เชิงปฏิบัติ

1. จัดทำประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของอำเภอสาม โลก ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต
2. จัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวของอำเภอสาม โลกควบคู่ไปกับการทำปฏิทินท่องเที่ยวของกระทรวงและระดับจังหวัด
3. ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายชุมชนต่อชุมชน เพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกัน
4. ส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการบริหารจัดการ
5. จัดให้มีเวทีในการประชุม วางแผน ร่วมกัน
6. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องร่วมมือกับชุมชนเพื่อจัดการให้เกิดความรู้ด้าน การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
7. สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ ฟื้นฟูอาหาร ไทยรามัญ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของท้องถิ่น
8. สร้างประเพณีอันดีงามต่อประเพณีชาวไทยรามัญอำเภอสาม โลก
9. สร้างจิตสำนึกในการให้ความเคารพต่อบรรพบุรุษของชาวไทยรามัญ เพื่อรักษาขนบธรรมเนียม จารีต ประเพณีที่ดีงามให้ยั่งยืนตลอดไป

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยที่ประมวลได้จากการศึกษาในครั้งนี้ มีประเด็นที่ขอเสนอแนะเป็นแนวทางในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

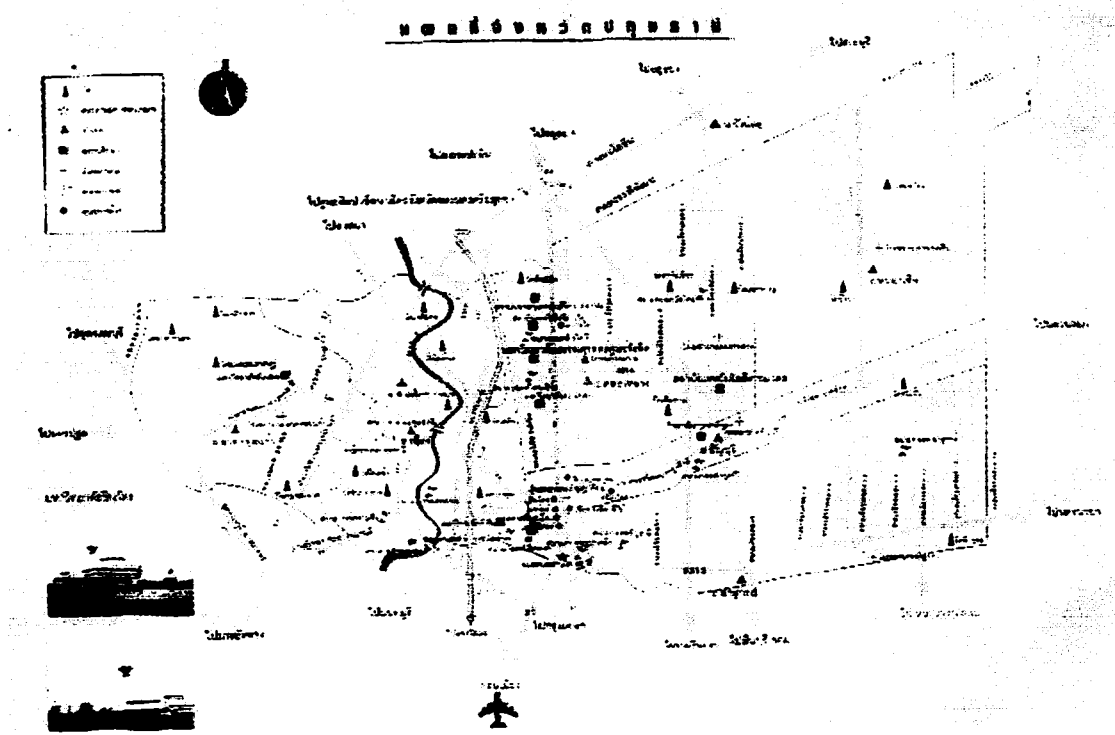
1. ควรจัดให้มีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว โดยการฟื้นฟู อนุรักษ์ ส่งเสริม อาหาร ไทยรามัญของชุมชนท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว
2. ควรมีการสำรวจปัญหาและความต้องการของชุมชน เพื่อให้เกิดความพร้อมในการจัดกิจกรรม และการแก้ปัญหาอาหาร ไทยรามัญในชุมชนท้องถิ่น
3. ควรศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณสถานและการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ให้เป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิต เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวและประสบการณ์ต่างๆ ให้แก่นุชนชาวไทยรามัญรุ่นหลังต่อไป โดยอาศัยอาหาร ไทยรามัญเป็นสื่อของการเรียนรู้

4. การวิจัยเชิงปฏิบัติการเรื่อง วัฒนธรรมการกินอาหาร ไทยรามัญกับวิถีชีวิตคนมอญในท้องถิ่น  
อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

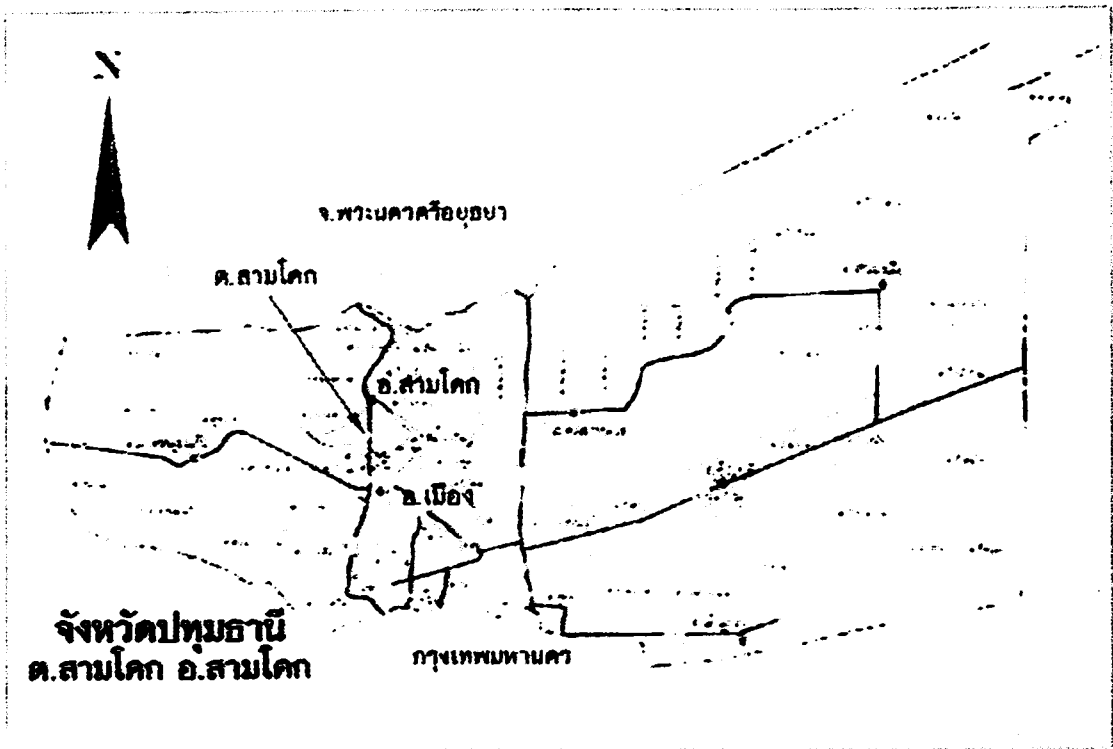
5. การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอสามโคก จังหวัด  
ปทุมธานี

## ภาคผนวก ก



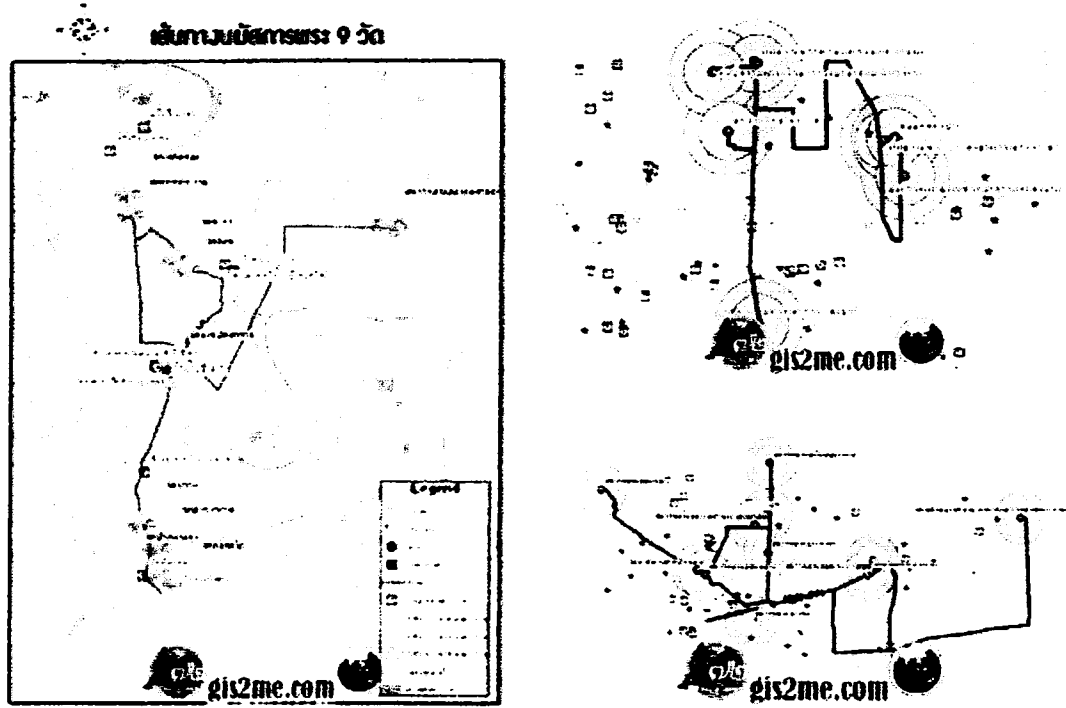


ภาพที่ 1 แผนที่จังหวัดปทุมธานี

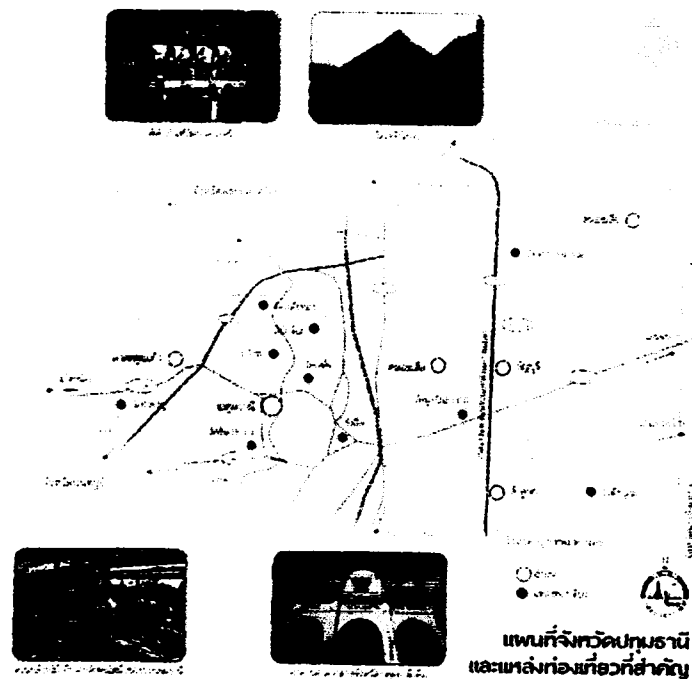


ภาพที่ 2 แผนที่อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี





ภาพที่ 5 แผนที่เส้นทางท่องเที่ยวไหว้พระ 9 วัด จังหวัดปทุมธานี



ภาพที่ 6 แผนที่แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดปทุมธานี

## ภาคผนวก ข



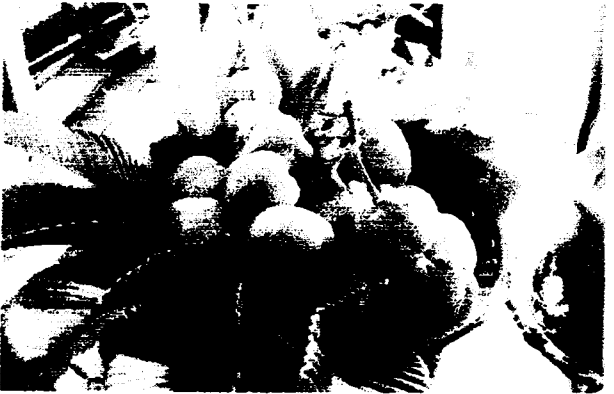
ภาพที่ 1 สัมภาษณ์ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ภาครัฐ/ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์กรบริหารส่วนตำบล



ภาพที่ 2 สัมภาษณ์ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ และประชาชนทั่วไป

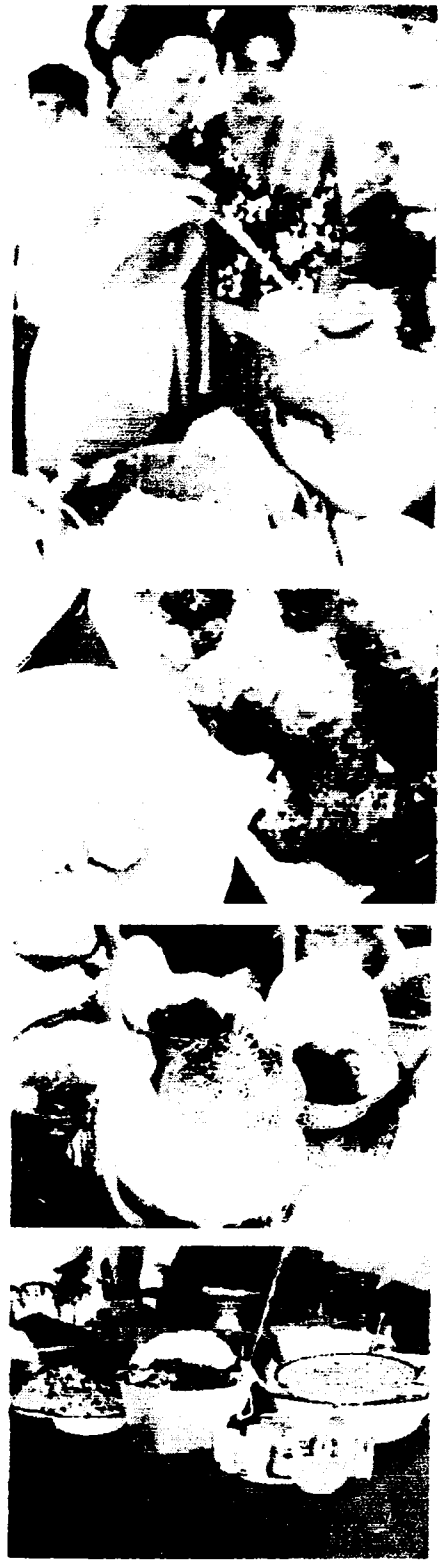
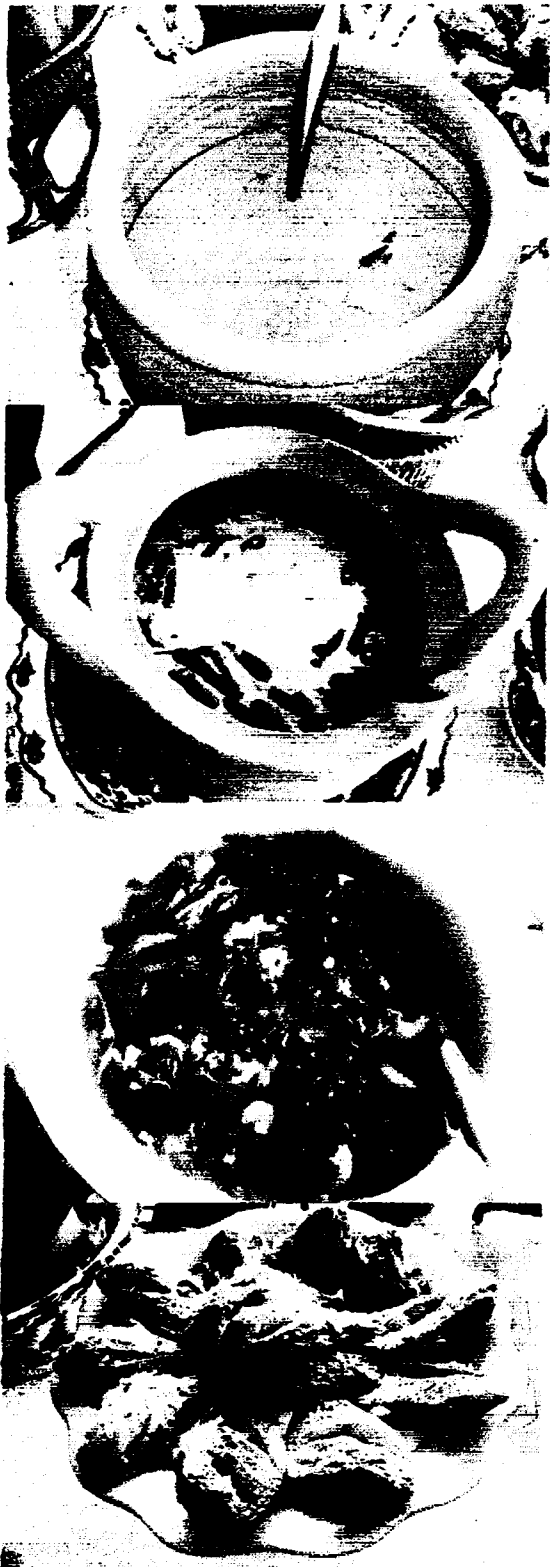


ภาพที่ 3 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และสอบถามข้อมูลประชาชนทั่วไป



ภาพที่ 4 พืชผักและอาหารไทยสามัญพื้นบ้านของชาวมอญอำเภอสามโคก

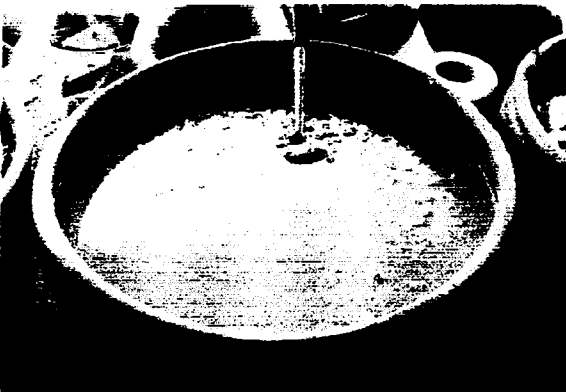




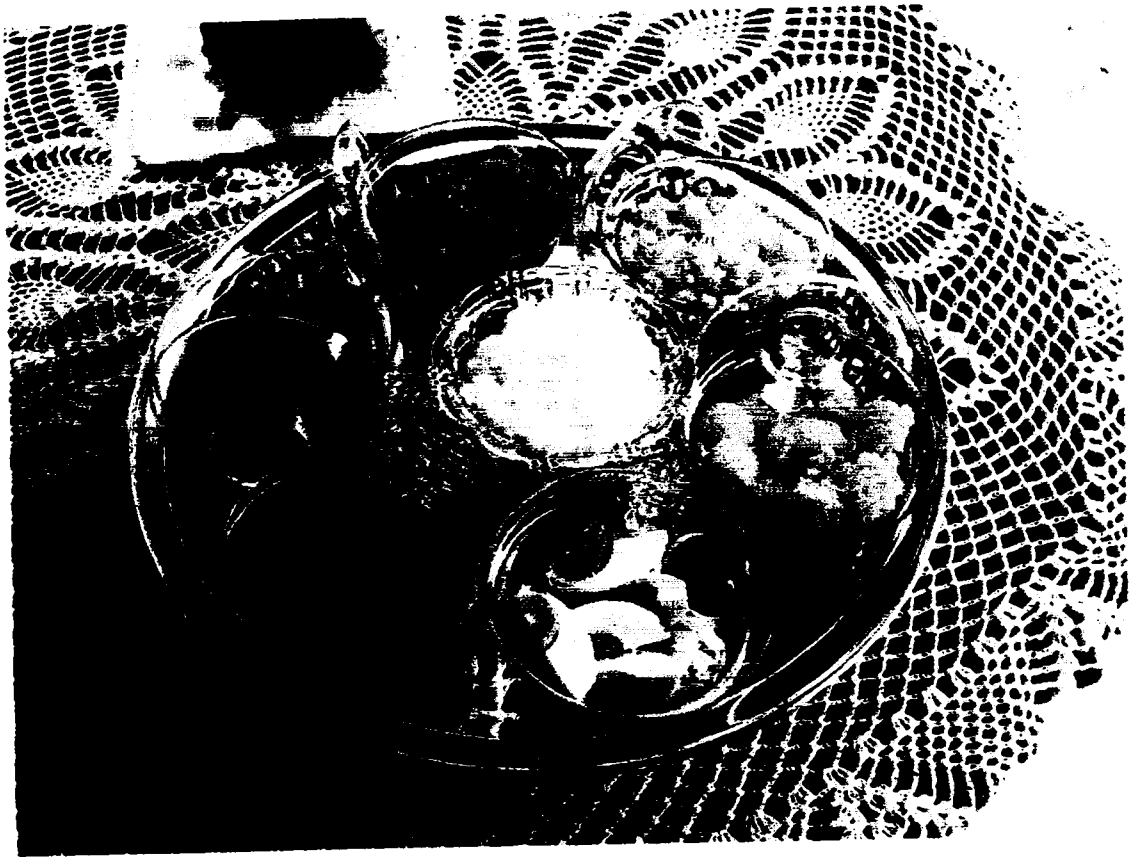
ภาพที่ 5 อาหารพื้นบ้านไทยรามัญชาวมอญอำเภอสามโคก



ภาพที่ 6 ร้านจำหน่ายอาหารไทยสามัญในวันเทศกาลงานต่างๆ ของชาวมอญอำเภอสาม โศก



ภาพที่ 7 อาหาร ไทยรมัญที่ขึ้นชื่อของชาวมอญ อำเภอสาม โคน



ภาพที่ 8 ข้าวแช่อาหารไทยรามัญที่ขึ้นชื่อและเป็นอาหารที่สำคัญในขึ้นปีใหม่เทศกาลวันสงกรานต์  
ของชาวมอญ อำเภอสาม โลก

**ภาคผนวก ค**

แบบสัมภาษณ์ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง  
เรื่อง แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี  
กรณีศึกษา: อาหารไทยรามัญ

ผู้ให้สัมภาษณ์.....ตำแหน่ง.....

1. ความเป็นมาของการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี

.....  
.....

2. นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี

.....  
.....

3. แผนเชิงรุก/แผนปฏิบัติการเชิงพื้นที่ (แผนระยะสั้น/แผนระยะยาว)

.....  
.....

4. การพัฒนาการท่องเที่ยวกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

.....  
.....

5. ความสำเร็จ.....

.....  
.....

ความล้มเหลว.....

.....  
.....

ปัญหา/อุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

.....  
.....

6. หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

.....  
.....

7. รูปแบบการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

.....  
.....

ด้านการบริหาร.....

.....  
.....

ด้านงบประมาณ.....

ด้านสาธารณูปโภค.....

ด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูลข่าวสาร.....

ด้านการตลาด.....

ด้านบุคลากร.....

ด้านอื่นๆ.....

8. กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี

9. การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดปทุมธานี

10. การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวภายในจังหวัดปทุมธานี

11. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี

12. การตลาดและการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานีในปัจจุบันเป็นอย่างไร

13. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี

ขอขอบพระคุณที่กรุณาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา





**ตอนที่ 2. รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและการบริหารจัดการ**

**1. กิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของท่านมีอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

- ( ) 1. การท่องเที่ยวโบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์
- ( ) 2. การท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี
- ( ) 3. การท่องเที่ยวธรรมชาติ อุทยาน น้ำตก และชมวิถีชีวิตสัตว์
- ( ) 4. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- ( ) 5. การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ
- ( ) 6. การท่องเที่ยวเพื่อกิจการทางศาสนา
- ( ) 7. การเที่ยวชมและสัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น
- ( ) 8. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา
- ( ) 9. การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ ระบุ .....

**2. จากหัวข้อที่ 1. ท่านมีการบริหารจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นอย่างไร**

- ( ) 1. การเที่ยวชม โบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์  
.....  
.....
- ( ) 2. การท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี  
.....  
.....
- ( ) 3. การท่องเที่ยวธรรมชาติ อุทยาน น้ำตก และชมวิถีชีวิตสัตว์  
.....  
.....
- ( ) 4. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร  
.....  
.....
- ( ) 5. การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ  
.....  
.....

( ) 6. การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนา

.....

.....

( ) 7. การเที่ยวชมและสัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น

.....

.....

( ) 8. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา

.....

.....

( ) 9. การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ ระบุ

.....

.....

### ตอนที่ 3. การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว	บ่อยที่สุด	บ่อย	ปานกลาง	นานๆ ครั้ง	ไม่เคย
<b>การมีส่วนร่วมในการกำหนดปัญหา</b> 1. องค์กรของท่านมีการจัดประชุม / สัมมนาเพื่อให้ความรู้และรับฟังปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่น					

## ตอนที่ 3. (ต่อ)

การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว	บ่อยที่สุด	บ่อย	ปานกลาง	นานๆ ครั้ง	ไม่เคย
2. องค์กรของท่านสนับสนุนให้ใช้ที่ทำการขององค์กรเป็นศูนย์รับฟังความคิดเห็นและปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยวในท้องถิ่น					
3. องค์กรของท่านเปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นได้แสดงความคิดเห็นและนำเสนอปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่					
4. องค์กรของท่านให้ความสำคัญกับปัญหาทุกด้านที่อาจส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของท้องถิ่น					
5. องค์กรของท่านช่วยแก้ไขปัญหาด้านการท่องเที่ยว					
การมีส่วนร่วมในการวางแผน 6. องค์กรของท่านร่วมเสนอและให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่/กิจกรรมการท่องเที่ยว ปัญหาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อประโยชน์ในการจัดทำแผน					
7. องค์กรของท่านส่งเจ้าหน้าที่เข้าร่วมประชุมเพื่อจัดทำแผนการท่องเที่ยวร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง					

## ตอนที่ 3. (ต่อ)

การมีส่วนร่วมในการ บริหารจัดการการท่องเที่ยว	บ่อยที่สุด	บ่อย	ปานกลาง	นานๆ ครั้ง	ไม่เคย
8. องค์กรของท่านมีการจัดการ ทำแผนปฏิบัติการเชิงรุกด้าน การท่องเที่ยวเป็นประจำทุกปี					
9. องค์กรของท่านมีการทบทวน แผนและ โครงการ เพื่อปรับปรุง และพัฒนาให้มีความเหมาะสม และทันต่อเหตุการณ์					
การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน และปฏิบัติการ					
10. องค์กรของท่านจัดให้มี กิจกรรมต่างๆ ที่ส่งเสริม การท่องเที่ยวในท้องถิ่น					
11. องค์กรของท่านจัดให้มีการ อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวแก่ประชาชน ในท้องถิ่น					
12. องค์กรของท่านสนับสนุน ด้านงบประมาณ ในการจัดการ ท่องเที่ยวแก่ท้องถิ่น					
13. องค์กรของท่านมีการควบคุม การประกอบการในสถานที่ ท่องเที่ยวให้อยู่ในความถูกต้อง และเหมาะสม					
14. องค์กรของท่านมีการ ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว/ กิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น					

## ตอนที่ 3. (ต่อ)

การมีส่วนร่วมในการ บริหารจัดการการท่องเที่ยว	บ่อยที่สุด	บ่อย	ปานกลาง	นานๆ ครั้ง	ไม่เคย
การมีส่วนร่วมในการติดตาม ประเมินผล 15. องค์กรของท่านมีการติดตาม ประเมินผลการจัดกิจกรรมการ ท่องเที่ยวในท้องถิ่นเป็นประจำ					
16. องค์กรของท่านมีการ ประเมินผลกระทบการจัด กิจกรรมการท่องเที่ยวใน ท้องถิ่นเป็นประจำ					
17. องค์กรของท่านมีการจัดทำ รายงานการประเมินการดำเนินงาน ด้านการท่องเที่ยวในท้องถิ่น					
การมีส่วนร่วมในการบำรุงรักษา และปรับปรุงแก้ไข 18. องค์กรของท่านมีส่วนร่วม ในการพัฒนาและฟื้นฟูสถานที่ ท่องเที่ยวและกิจกรรมการ ท่องเที่ยวในท้องถิ่น					
19. องค์กรของท่านมีส่วนร่วม ในการกำหนดมาตรการเพื่อ รักษาความปลอดภัยในชีวิตและ ทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว					
20. องค์กรของท่านมีการ ประสานความร่วมมือไปยัง หน่วยงานต่าง ๆ ทุกภาคส่วน ในการบำรุงรักษาและปรับปรุง การท่องเที่ยวในท้องถิ่น					

## ตอนที่ 3. (ต่อ)

การมีส่วนร่วมในการ บริหารจัดการการท่องเที่ยว	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	นานๆ ครั้ง	ไม่เคย
21. องค์กรของท่านมีการรณรงค์ ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ในการบำรุงรักษาและปรับปรุง แก้ไข					
การมีส่วนร่วมในการจัดการ ผลประโยชน์ 22. องค์กรของท่านมีการกระจาย และแบ่งปันผลประโยชน์จากการ ดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว ให้แก่กลุ่มหรือให้กับผู้มีส่วน เกี่ยวข้องอย่างเป็นธรรม					
23. องค์กรของท่านมีการกำหนด วัตถุประสงค์และวางแผนการ บริหารผลประโยชน์ที่เกิดจากการ ท่องเที่ยวในท้องถิ่นไว้ล่วงหน้า					
24. องค์กรของท่านมีการรายงาน ให้สมาชิกและประชาชนใน ท้องถิ่นได้ทราบเกี่ยวกับ ผลประโยชน์ที่เกิดจากการ ท่องเที่ยว					

## ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

1. องค์กรของท่านได้รับประโยชน์จากการมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

2. ปัญหาอุปสรรคเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่นมีอะไรบ้าง

.....  
.....  
.....

3. ท่านมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา และพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น  
อย่างไรบ้าง

.....  
.....  
.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา

**แบบสอบถามกลุ่มผู้ประกอบการ**  
**เรื่อง แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี**  
**กรณีศึกษา : อาหารไทยรามัญ**

ชื่อหมู่บ้าน.....หมู่ที่.....ตำบล.....  
 อำเภอ.....จังหวัด.....

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมายลงใน ( ) และเติมข้อความลงในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริงและ  
 ความคิดเห็นของท่าน

**ตอนที่ 1. ข้อมูลทั่วไป**

- |                              |  |  |
|------------------------------|--|--|
| 1. เพศ                       | ( ) 1 ชาย  | ( ) 2 หญิง   |
| 2. อายุ.....ปี               |  |  |
| 3. ระดับการศึกษาสูงสุด       | ( ) 1 ประถมศึกษา<br>( ) 3 มัธยมศึกษาตอนปลาย/<br>ปวช.หรือเทียบเท่า<br>( ) 5 ปริญญาตรี<br>( ) 7 อื่นๆ (ระบุ) ..... | ( ) 2 มัธยมศึกษาตอนต้น<br>( ) 4 อนุปริญญาปวส.<br>หรือเทียบเท่า<br>( ) 6 สูงกว่าปริญญาตรี           |
| 4. ที่อยู่                   | ( ) 1 อยู่ในชุมชน  | ( ) 2อยู่นอกชุมชน  |
| 5. อาชีพปัจจุบัน             | ( ) 1 ข้าราชการ<br>( ) 3 ลูกจ้างภาคเอกชน<br>( ) 5 เกษตรกร<br>( ) 7 ไม่ได้ประกอบอาชีพ                             | ( ) 2 พนักงานรัฐวิสาหกิจ<br>( ) 4 ประกอบอาชีพส่วนตัว<br>( ) 6 นักศึกษา<br>( ) 8 อื่นๆ (ระบุ) ..... |
| 6. รายได้ของครอบครัวต่อเดือน | ( ) 1,000-5000 บาท/เดือน<br>( ) 11,000-50,000 บาท/เดือน  | ( ) 2 5,100- 10,000 บาท/เดือน<br>( ) 51,000 บาท/เดือน ขึ้นไป                                       |



## 7. รายจ่ายของครอบครัวต่อเดือน

- ( ) 1,000-5000 บาท/เดือน                      ( ) 25,100- 10,000 บาท/เดือน  
 ( ) 11,000-50,000 บาท/เดือน                ( ) 51,000 บาท/เดือน ขึ้นไป

## ตอนที่ 2. ข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจอาหาร

## 1. ประเภทสถานประกอบการ

- ( ) 1 ที่พัก    ( ) 2 สถานที่ท่องเที่ยว  
 ( ) 3 ร้านอาหาร                                      ( ) 4 ซุปเปอร์มาเก็ต

## 2. รูปแบบสถานประกอบการ

- ( ) 1 ซุปเปอร์มาเก็ต                              ( ) 2 ร้านขายของชำทั่วไป  
 ( ) 3 ร้านอาหาร                                      ( ) 4 บริการให้เช่ายานพาหนะ  
 ( ) 5 บริการที่จอดรถ                              ( ) 6 อื่นๆ (ระบุ).....

## 3. สาเหตุที่ประกอบธุรกิจ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1 อาศัยอยู่ในชุมชน                              ( ) 2 ไม่รู้จะประกอบอาชีพอะไร  
 ( ) 3 เป็นธุรกิจของครอบครัว                      ( ) 4 เห็นว่าน่าจะสร้างรายได้  
 ( ) 5 อื่นๆ (ระบุ).....

## 4. เงินทุนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

- ( ) 1 ของตนเอง                                      ( ) 2 การร่วมหุ้น  
 ( ) 3 ญาติ    ( ) 4 นายทุนเงินกู้  
 ( ) 5 ธนาคาร    ( ) 6 กองทุนหมู่บ้าน  
 ( ) 7 อื่นๆ (ระบุ).....

## 5. ลักษณะการเป็นของธุรกิจ

- ( ) 1 เป็นเจ้าของคนเดียว                              ( ) 2 มีหุ้นส่วน

## 6. แรงงานในสถานประกอบการ

- ( ) 1 แรงงานในครอบครัว/ไม่ได้จ้าง                      ( ) 2 แรงงานที่จ้าง

## 7. จำนวนปีที่จัดตั้งกิจการ.....ปี

## 8. ประเภทของลูกค้า

- ( ) 1 ชาวบ้านทั่วไป ( ) 2 นักท่องเที่ยวชาวไทย  
 ( ) 3 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ( ) 4 นักท่องเที่ยวชาวไทยและ  
 ( ) 5 อื่น ๆ (ระบุ)..... ชาวต่างชาติ

## ตอนที่ 3. ข้อมูลกลยุทธ์ทางการตลาด

## 1. ร้านอาหารของท่านมีการตรวจอาหารปลอดภัยจากสารพิษหรือไม่

- ( ) 1 ไม่มี ( ) 2 ตรวจสัปดาห์ละครั้ง  
 ( ) 3 เดือนละครั้ง ( ) 4 ปีละครั้ง  
 ( ) 5 ระยะเวลาตรวจไม่แน่นอน

## 2. ร้านอาหารของท่านได้รับสัญลักษณ์ร้านอาหารสะอาด รสชาติดี (Clean Food Good Test) หรือไม่

- ( ) 1 ไม่ได้รับ ( ) 2 ได้รับ

## 3. ท่านเคยเข้ารับการอบรมเรื่องสถานประกอบการและอาหารที่จัด โดยหน่วยงานทางราชการหรือไม่

- ( ) 1 เคย ( ) 2 ไม่เคย

## 4. ท่านคิดว่าร้านประกอบการของท่านมีความได้เปรียบในด้านที่ตั้งหรือไม่

- ( ) 1 ได้เปรียบ เพราะ.....  
 ( ) 2 ไม่ได้เปรียบ เพราะ.....

## 5. ท่านคิดว่าคุณภาพและรสชาติอาหาร ในร้านของท่านแตกต่างจากร้านอื่นๆ หรือไม่

- ( ) 1 ต่ำกว่าร้านอื่นๆ ( ) 2 เท่ากับร้านอื่นๆ  
 ( ) 3 สูงกว่าร้านอื่นๆ

## 6. การกำหนดราคาอาหารและเครื่องดื่มในร้านของท่านแตกต่างจากร้านอื่นๆ หรือไม่

- ( ) 1 ต่ำกว่าร้านอื่นๆ ( ) 2 เท่ากับร้านอื่นๆ  
 ( ) 3 สูงกว่าร้านอื่นๆ

## ตอนที่ 4. กลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ดึงดูดลูกค้าเข้ามาใช้บริการ

## 1. ท่านมีกลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ดึงดูดลูกค้าเข้ามาใช้บริการจากร้านของท่านอย่างไร

ประเด็น	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคย
1. จัดสถานที่ให้ดูสวยงาม					
2. ติดป้ายประชาสัมพันธ์					
3. เรียกลูกค้าที่เดินผ่านร้าน					
4. เปิดเพลงให้ลูกค้าฟัง					
5. เปิดโทรทัศน์ให้ลูกค้าดู					
6. กำหนดราคาให้ต่ำกว่าร้านอื่นๆ					
7. การให้ส่วนลดแก่ลูกค้า					
8. การประกอบอาหารให้สะอาด					
9. การประกอบอาหารให้มีรสชาติอร่อย					
10. การจัดบริการห้องน้ำฟรีแก่ลูกค้า					

2. ร้านอาหารของท่านสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าอย่างไร (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1 ให้บริการด้วยความสุภาพ ( ) 2 ให้บริการที่มีระบบและเป็นมาตรฐานเดียวกัน  
 ( ) 3 ให้บริการตามความใจลูกค้า ( ) 4 ประกอบอาหารที่มีรสชาติดีและสะอาด  
 ( ) 5 อื่นๆ (ระบุ) .....

ตอนที่ 5. ปัญหาและความต้องการ

1. ปัญหาในการประกอบการของท่าน

ประเด็น	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคย
<b>ด้านสาธารณูปโภค</b>					
1. ไฟฟ้า ไม่เพียงพอ/ไม่สะดวก/ ไม่ปลอดภัย/ราคาแพง					
2. น้ำประปา ไม่มี/ไม่เพียงพอ/ ไม่สะอาด/ราคาแพง					
<b>ด้านความสะอาดและการกำจัดขยะ</b>					
3. ถังขยะ ไม่มี/ไม่เพียงพอ					
4. ไม่มีสถานที่ทำลายขยะอย่างถูก สุขลักษณะ					
5. นักท่องเที่ยวทิ้งขยะ ไม่เป็นที่/ ไม่ช่วยกันรักษาความสะอาด					
<b>ด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว</b>					
6. ที่จอดรถมีความปลอดภัยไม่เพียงพอ					
7. ขาดการดูแลความปลอดภัยจาก หน่วยงานราชการ					
8. มีห้องนำ ห้องสุขา สะอาด ที่ให้บริการนักท่องเที่ยวไม่เพียงพอ					
<b>ด้านการดูแลและช่วยเหลือจากภาครัฐ</b>					
9. ผู้ประกอบการขาดความรู้เรื่อง อาหารปลอดภัย					
10. ผู้ประกอบการขาดความรู้ เรื่องการ ให้บริการ					
11. การตรวจอาหารปลอดภัยไม่สม่ำเสมอ					
12. ไม่ได้การรับรองอาหารปลอดภัย					
<b>ด้านการประชาสัมพันธ์และ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว</b>					
13. ขาดการประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เว็บไซต์ นิตยสาร ฯลฯ					
14. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ไม่สม่ำเสมอ					

**ตอนที่ 6. การวิเคราะห์ขีดความสามารถ**

**6.1 การวิเคราะห์ขีดความสามารถด้านการตลาด**

1) ลักษณะของอาหาร ไทธรรมัญญ์ / การบริการ / กิจกรรมที่ดำเนินการอยู่เป็นอย่างไรบ้าง

.....  
.....

จุดแข็ง.....

จุดอ่อน.....

2) การกำหนดราคาอาหาร ไทธรรมัญญ์/ค่าบริการ เป็นอย่างไร

.....  
.....

จุดแข็ง.....

จุดอ่อน.....

3) สถานที่/สภาพแวดล้อม/ สิ่งอำนวยความสะดวก การคมนาคมเป็นอย่างไร

.....

จุดแข็ง.....

จุดอ่อน.....

4) การส่งเสริมการขาย(การพัฒนาข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์)เป็นอย่างไร

.....  
.....

จุดแข็ง.....

จุดอ่อน.....

**6.2 การวิเคราะห์ขีดความสามารถด้านการบริหารจัดการ**

1) ท่านคิดว่าการผลิตอาหาร ไทธรรมัญญ์ / บริการ / กิจกรรม ทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ของท่าน  
มีศักยภาพเพียงใด

.....  
.....

จุดแข็ง.....

จุดอ่อน.....

2) การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวที่ผ่านมาเป็นอย่างไรบ้าง

.....  
.....

จุดแข็ง.....

จุดอ่อน.....

3) ในอนาคตท่านคิดว่ากิจกรรมด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่จะเป็นอย่างไร

.....  
.....

จุดแข็ง.....

จุดอ่อน.....

**ตอนที่ 7. ข้อเสนอแนะ**

1. ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว
2. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว

ขอขอบพระคุณที่กรุณาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการศึกษา

**แบบสอบถามกลุ่มประชาชน**  
**เรื่อง แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี**  
**กรณีศึกษา: อาหารไทยรามัญ**

พื้นที่ศึกษา.....ตำบล.....อำเภอ.....  
 จังหวัด.....  
 องค์กร.....

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมายลงใน ( ) และเติมข้อความลงในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริง  
 และความคิดเห็นของท่าน

**ตอนที่ 1. ข้อมูลทั่วไป**

1. เพศ  1. ชาย  2. หญิง
2. อายุ.....ปี
3. ระดับการศึกษาสูงสุด  1. ประถมศึกษา  2. มัธยมศึกษาตอนต้น  
 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย  4. อนุปริญญา/ ปวส.  
 ปวช.หรือเทียบเท่า หรือเทียบเท่า  
 5. ปริญญาตรี  6. สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพปัจจุบัน  1. ข้าราชการ  2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
 3. ลูกจ้างภาคเอกชน  4. ประกอบอาชีพส่วนตัว  
 5. เกษตรกร  6. นักศึกษา  
 7. ไม่ได้ประกอบอาชีพ  8. อื่น ๆ (ระบุ) .....
5. ท่านอาศัยอยู่ในชุมชนนี้นาน.....ปี

**ตอนที่ 2. รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น**

1. ในท้องถิ่นของท่านมีการท่องเที่ยวประเภทใดบ้าง (ตอบ ได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. การท่องเที่ยวโบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์
- ( ) 2. การท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี
- ( ) 3. การท่องเที่ยวธรรมชาติ อุทยาน น้ำตก และชมวิถีชีวิตสัตว์
- ( ) 4. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- ( ) 5. การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ
- ( ) 6. การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนา
- ( ) 7. การเที่ยวชมและสัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น
- ( ) 8. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา
- ( ) 9. การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ ระบุ.....

2. จากข้อ 1. ท่านคิดว่า การท่องเที่ยวประเภทใดในท้องถิ่นของท่านที่นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยว (โปรดขีดลำดับความสำคัญ 3 ลำดับ)

- ( ) 1. การท่องเที่ยวโบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์
- ( ) 2. การท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี
- ( ) 3. การท่องเที่ยวธรรมชาติ อุทยาน น้ำตก และชมวิถีชีวิตสัตว์
- ( ) 4. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- ( ) 5. การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ
- ( ) 6. การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนา
- ( ) 7. การเที่ยวชมและสัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น
- ( ) 8. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา
- ( ) 9. การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ ระบุ.....

ตอนที่ 3. การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว	บ้อยที่สุด	บ้อย	ปานกลาง	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคย
การมีส่วนร่วมกำหนดปัญหา 1. ท่านร่วมแสดงความคิดเห็น และเสนอปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้ผู้เกี่ยวข้องได้รับทราบ					
2. ท่านและคนในชุมชนมีการปรึกษาหารือกันเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว และร่วมหาทางแก้ไข					



## ตอนที่ 3. (ต่อ)

การมีส่วนร่วมในการบริหาร จัดการการท่องเที่ยว	บ่อยที่สุด	บ่อย	ปานกลาง	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคย
การมีส่วนร่วมในการวางแผน 3. ท่านร่วมเสนอแนะให้ข้อมูล เกี่ยวกับสถานที่/ กิจกรรมการ ท่องเที่ยวในท้องถิ่น และปัญหา แก้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อประโยชน์ในการจัดทำแผน					
4. ท่านมีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ ของรัฐเพื่อขอทราบถึงแผนงาน หรือ โครงการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ที่ทางราชการจะจัดขึ้นในท้องถิ่น					
การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน และการปฏิบัติ 5. ท่านให้ความช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวกแก่เจ้าหน้าที่ของรัฐ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น					
6. ท่านและคนในชุมชนมีการพัฒนา และจัดกิจกรรมที่ส่งเสริม สนับสนุน การท่องเที่ยวในท้องถิ่น					
7. ท่านและคนในชุมชนร่วมบริจาค เงิน หรือออกแรง เพื่อช่วยเหลือ พัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น					
การมีส่วนร่วมในการติดตาม ประเมินผล 8. ท่านมีส่วนร่วมในการประเมินผล ที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาการท่องเที่ยว ในท้องถิ่น					

ตอนที่ 3. (ต่อ)

การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคย
9. ท่านมีการติดตาม ตรวจสอบและประเมินผลเกี่ยวกับงบประมาณการเงินเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่น					
การมีส่วนร่วมในการบำรุงรักษาและปรับปรุงแก้ไข 10. ท่านแจ้งให้เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทราบทันทีที่พบเห็นการบุกรุกหรือทำลายสถานที่ท่องเที่ยว ตลอดจนทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวในท้องถิ่น					
11. ท่านให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง					
12. ท่านเป็นหูเป็นตาช่วยบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยว					
การมีส่วนร่วมในการจัดการผลประโยชน์ 13. ท่านมีส่วนร่วมในการจัดการผลประโยชน์					

ตอนที่ 4. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

1. ท่านได้รับประโยชน์จากการมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง

.....

.....

2. ท่านมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น  
อย่างไรบ้าง

.....  
.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา

**แบบสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยว**  
**เรื่อง แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี**  
**กรณีศึกษา: อาหารไทยรามัญ**

พื้นที่ศึกษา.....ตำบล.....อำเภอ.....  
 จังหวัด.....  
 องค์กร.....

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมายลงใน ( ) และเติมข้อความลงในช่องว่าง ให้ตรงกับความเป็นจริง  
 และความคิดเห็นของท่าน

**ตอนที่ 1. ข้อมูลทั่วไป**

- |   |   |  |
|---|---|--|
| 1. เพศ  | ( ) 1. ชาย  | ( ) 2. หญิง  |
| 2. อายุ.....ปี                                    |   |  |
| 3. ระดับการศึกษาสูงสุด                            | ( ) 1. ประถมศึกษา<br>( ) 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย<br>ปวช. หรือเทียบเท่า<br>( ) 5.ปริญญาตรี      | ( ) 2. มัธยมศึกษาตอนต้น<br>( ) 4. อนุปริญญา/ปวส.<br>หรือเทียบเท่า<br>( ) 6. สูงปริญญาตรี                           |
| 4. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพ                        | ( ) 1. ข้าราชการ<br>( ) 3. ประกอบอาชีพส่วนตัว<br>( ) 5. เกษตรกร<br>( ) 7. ไม่ได้ประกอบอาชีพ | ( ) 2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ<br>( ) 4. รับจ้าง/ถูกจ้างเอกชน<br>( ) 6. นักเรียน/นักศึกษา<br>( ) 8. อื่น ๆ (ระบุ) ..... |
| 5. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้ | ( ) 1. เพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน<br>( ) 3. เพื่อการศึกษา<br>( ) 5. เพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน     | ( ) 2. เพื่อธุรกิจ<br>( ) 4. เพื่อประชุม/สัมมนา<br>( ) 6. อื่น ๆ (ระบุ) .....                                      |

6. ท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้จากสื่อใด

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. วิทยุโทรทัศน์       | <input type="checkbox"/> 2. วิทยุกระจายเสียง     |
| <input type="checkbox"/> 3. วารสารการท่องเที่ยว | <input type="checkbox"/> 4. หนังสือพิมพ์/แผ่นพับ |
| <input type="checkbox"/> 5. เพื่อน/ญาติ         | <input type="checkbox"/> 6. งานแสดง/นิทรรศการ    |
| <input type="checkbox"/> 7. อื่น ๆ (ระบุ) ..... |  |

ตอนที่ 2. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว

1. ท่านสนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวใดบ้างที่มีในจังหวัดนี้ (โปรดจัดลำดับความสำคัญ 3 ลำดับ)

- 1. การท่องเที่ยวโบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์
- 2. การท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี
- 3. การท่องเที่ยวธรรมชาติ อุทยาน น้ำตก และชมวิถีชีวิตสัตว์
- 4. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร
- 5. การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ
- 6. การท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมทางศาสนา
- 7. การเที่ยวชมและสัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น
- 8. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา
- 9. การท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ ระบุ.....

2. จากข้อ 1. โปรดระบุชื่อสถานที่ท่องเที่ยวตามลำดับ

อันดับที่ 1. ได้แก่.....

อันดับที่ 2. ได้แก่.....

อันดับที่ 3. ได้แก่.....

3. สถานที่ท่องเที่ยวที่ท่านสนใจและจะเดินทางต่อไปจากสถานที่แห่งนี้

1. ไม่มี

2. มี

4. เหตุผลในการเลือกไปยังสถานที่ดังกล่าว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. เป็นเส้นทางต่อเนื่อง

2. การเดินทางสะดวก

3. เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเป็นมาเกี่ยวเนื่องกัน

4. น่าสนใจและมีชื่อเสียง

5. เพื่อเลือกซื้อสินค้าและของที่ระลึก

6. อื่น ๆ (ระบุ) .....

ตอนที่ 3. คุณลักษณะหรือปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมของนักท่องเที่ยว

คุณลักษณะ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว</b>					
1. ความเหมาะสมในการจัดเขตพื้นที่ (Zoning)					
2. ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
3. ความสวยงามและความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว					
4. ประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวได้หลากหลาย					
<b>การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม</b>					
5. การจัดการขยะมูลฝอย					
6. การจัดการคุณภาพน้ำ					
7. การจัดการคุณภาพอากาศ					
8. การจัดการคุณภาพเสียง					
<b>ลักษณะทางสังคม</b>					
9. ความประทับใจในการเที่ยวชม					
10. ความเข้มแข็งของชุมชนและวัฒนธรรม					
<b>มิติทางศิลปวัฒนธรรม</b>					
11. คุณค่าทางภูมิปัญญาและองค์ความรู้					
12. คุณค่าทางประวัติศาสตร์					
<b>คุณค่าทางการเรียนรู้</b>					
13. ผลประโยชน์และความคุ้มค่าในการเรียนรู้					
14. การใช้แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และการศึกษา					

ตอนที่ 3. (ต่อ)

คุณลักษณะ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การบริหารจัดการ					
15. การจัดตั้งอำนาจความสะดวก					
16. การจัดการความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน					
17. การให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกในคุณค่าของการท่องเที่ยว					
18. การจัดการบุคลากรผู้ให้บริการ					

ตอนที่ 4. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ท่านมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา และพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานีอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา

## บรรณานุกรม

### หนังสือและบทความในหนังสือ

ถฤช เจริญน้ำทองคำ และคณะ. ชนชาติมอญในประเทศไทย. ประกอบรายวิชา หลักสังคมวิทยา , พ.ศ.2541. (อัครสาเนา)

กรมศิลปากร. มอญที่เกี่ยวกับไทย. กรุงเทพมหานคร : ศิลปากร, 2512 .

จวน เครือวิชาจารย์. วิถีชีวิตชาวมอญ. กรุงเทพมหานคร คำนสุทธการพิมพ์, 2525.

จำปาศรี เทพสง่า และคณะ. เรื่องน่ารู้คู่มือเมืองนครเขื่อนขันธ์ พระประแดง สมุทรปราการ. ม.ป.ท, 2543 .

ฉวีวรรณ ควรแสวง. เที่ยวสงกรานต์ปากกลัด ศูนย์วัฒนธรรมอำเภอพระประแดง โรงเรียนอานวยวิทย์. ม.ป.ป. (อัครสาเนา)

จุมพล หนิมพานิช และคณะ. แนวทางการพัฒนาศักยภาพขององค์การบริหารส่วนตำบล ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน. กรุงเทพมหานคร, 2549.

ศรีศักร วัลลิโภคม. มอญในเมืองไทย. วารสารเมืองโบราณ. ปีที่ 10, 30 ก.ค.— ก.ย 2527.

ระพีพรรณ ทองหล่อ และคณะ. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้ศักยภาพและข้อจำกัด ของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน ชัยนาท / ลพบุรี / สิงห์บุรี / อ่างทอง / สระบุรี / พระนครศรีอยุธยา / ปทุมธานี / นนทบุรี. กรุงเทพมหานคร, 2549.

รลิกา อังกูร และคณะ. การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพมหานคร, 2547.

ระพีพรรณ ทองหล่อ และคณะ. การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวไทยแบบครบวงจร มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพมหานคร, 2547.

สมาคมพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ และมูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์. การสร้างและพัฒนาตัวชี้วัดความเข้มแข็งขององค์กรธุรกิจชุมชน. กรุงเทพมหานคร, 2548.

สุเอ็ด คชเสนี. วัฒนธรรมประเพณีมอญ. วารสารเมืองโบราณ 10,3 ( ก.ค. — ก.ย 2527 ) 50 — 65 .



เอกสารอื่นๆ

จารุเกตุ กาญจนนาภา. ประเพณีรำบวงสาในอำเภอพระประแดง จ.สมุทรปราการ. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2515.

ชโลมใจ กลั่นรอด. ทะเบียนอนุสรณ์กรรมการคนตรีของชาวมอญชุมชนบางกระดี่. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวัฒนธรรมศึกษาศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล, 2541.

ฉวีประวีณ ศรีทรัพย์. การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมและการดำรงเอกลักษณ์ของชาวมอญ : ศึกษากรณีชุมชนชาวมอญบ้านลัดกระดี่ ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2511.

ทิพวรรณ เกษมพรมณี และคณะ. การศึกษาศิลปวัฒนธรรมประเพณีชาวมอญในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ. ม.ป.ท., 2544 .

ศรัทธา เวชพฤติ. เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมการติดต่อกับวัฒนธรรม และการผสมผสานทางวัฒนธรรมในชุมชนมอญ ตำบล ทรงคนองอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

สุวัฒนา ธาดานิติและสุสติ ทิมพัส. การศึกษาชุมชนมอญในพื้นที่อำเภอพระประแดง จ.สมุทรปราการ. คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.

อระระโท โอจิม่า. ชีวิตพิธีกรรมและเอกลักษณ์ทางชาติพันธุ์คนมอญในเมืองไทย : กรณีศึกษาอำเภอบ้านโป่ง จ.ราชบุรี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิตคณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2536.

อรศิริ ปาณินท์ เรือนไทยพื้นบ้านมอญ กรุงเทพมหานคร. ศิลปากร, 2542 .

www

<http://www.Thai.Thumbon.com> วันที่ 30 เมษายน 2551.

<http://www.Pathumthani.com> วันที่ 15 พฤษภาคม 2551.

**ประวัติการศึกษา (และการทำงาน) ของผู้เขียน**

ชื่อ	นายกิตติภพ นามพุทธา
วันเดือนปีเกิด	วันที่ 21 มิถุนายน 2552
สถานที่เกิด	จังหวัดพิจิตร
ประวัติการศึกษา	ปีการศึกษา 2538      ได้รับปริญญาตรีครุศาสตรบัณฑิต (ค.บ.) วิทยาลัยครู
ประวัติการทำงาน	พ.ศ.2525-2551      ประกอบอาชีพรับราชการ ฝ่ายอุทยานการศึกษา สำนักการศึกษาต่อเนื่อง มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช